

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIA HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

MARINA RAMOS NEVES DE CASTRO

Socialidades e sensibilidades no cotidiano da Feira do
Guamá: uma etnografia das formas sociais do gosto.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIA HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

Socialidades e sensibilidades no cotidiano da Feira do
Guamá: uma etnografia das formas sociais do gosto

MARINA RAMOS NEVES DE CASTRO

Tese de doutorado apresentada no
Programa de Pós-Graduação em
Antropologia do Instituto de Filosofia e
Ciências Humanas da Universidade
Federal do Pará, para a obtenção do título
de Doutor em Antropologia.

Orientador: Prof. Dr. Fabiano de Souza Gontijo

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- C355s Castro, Marina Ramos Neves de
Socialidades e sensibilidades no cotidiano da Feira do Guamá : uma etnografia das formas sociais do gosto. / Marina Ramos Neves de Castro. — 2018
281 f. : il. color
- Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Antropologia (PPGA), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2018.
Orientação: Prof. Dr. Fabiano de Souza Gontijo
1. Antropologia. 2. Etnografia. 3. Feira. 4. Sentidos. 5. Gosto. I. Gontijo, Fabiano de Souza, *orient.* II. Título
-

MARINA RAMOS NEVES DE CASTRO

Socialidades e sensibilidades no cotidiano da Feira do Guamá:
uma etnografia das formas sociais do gosto.

Tese de doutorado apresentada no Programa de Pós-Graduação em Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Pará, para a obtenção do título de Doutor em Antropologia.

Prof Dr Fabiano de Souza Gontijo / UFPA
Orientador

Profª Drª Carla Fernanda Pereira Barros
Examinadora Externa / UFF

Profª Draª Luisa Elvira Belaunde Olschewski
Examinadora Externa / Museu Nacional UFRJ

Profª Drª Márcia Bezerra de Almeida
Examinadora Interna / UFPA

Profª. Drª Rosa Elizabeth de Acevedo Marin
Examinadora Interna / UFPA

Profª Drª Denise Machado Cardoso
Examinadora Suplente Externa / UFPA

Profª Drª Renata de Godoy
Examinadora Suplente Interna / UFPA

Agradecimentos

Este é um momento importante para que eu possa agradecer a quem participou, não somente deste trabalho, mas, sobretudo, contribuiu para a minha formação em Antropologia, e, também enquanto ser humano e cidadã. Primeiramente quero agradecer ao Lula e, em seguida à Dilma, pelo incentivo sem precedentes dado à universidade pública e à pesquisa científica no Brasil. Obrigada Lula, obrigada Dilma. Os tempos de hoje nos mostram que sem vocês, provavelmente, não estaríamos aqui; basta que olhemos para o passado e imaginemos o que seria desta Universidade e de tantas outras sem o apoio que vocês deram para uma pesquisa científica profissional, inclusiva e cidadã.

Agradeço de maneira muito particular à professora Denise Schaan, quem primeiro me aceitou, ainda como ouvinte, em sua disciplina, tratando-me com equidade e dignidade junto aos demais alunos, todos já matriculados no Programa e abrindo para mim as portas do PPGA de maneira delicada e sutil, mas decisiva; pois, enquanto coordenadora, à época, fez com que eu me sentisse bem vinda nas dependências do PPGA. Obrigada, Denise, porque agindo dessa maneira, você também abriu para mim as portas da Antropologia.

Da mesma maneira e igualmente agradeço ao meu orientador, professor Fabiano Gontijo que, enquanto professor, me proporcionou a mesma receptividade da professora Denise. Meu agradecimento a ele se faz de maneira também particular, pois agradeço a confiança depositada em mim, aceitando-me enquanto orientanda, tendo a calma e a generosidade de ler meu trabalho com seu olhar sempre atento e sempre construtivo, sempre pontuando as questões sobre as quais eu deveria refletir e aconselhando-me no que fosse necessário. A importância disto transcende a ação da orientação e permite a partilha de vivências e visões de mundo. Obrigada.

Também quero agradecer à professora Márcia Bezerra, que generosamente também me aceitou na condição de ouvinte; e, mais do que isto, apresentou a mim a cultura material e com ela Daniel Miller, meu orientador no estágio doutoral realizado na Universidade de Londres, com apoio da Capes. Obrigada, Márcia. Ao professor Diogo Costa e a professora Sídia Callegari-Jacques, que generosamente compartilharam seus conhecimentos em sala de aula e contribuíram para meu aprendizado, promovendo em

sala um ambiente sempre instigante e amistoso. Igualmente agradeço a professora Jane Beltrão que contribuiu para a superação daqueles impasses pessoais e particulares desenvolvendo o tema da morte em sua disciplina. Agradeço as leituras e os debates promovidos, pois, ainda que sem esperar, senti um imenso prazer em poder ler e refletir sobre um tema que para muitos se coloca como tabu.

Não devo menos à professora Rosa Acevedo, de quem fui aluna há alguns bons anos atrás e com quem aprendi o que era academia, pesquisa e conhecimento, nos meus primeiros passos na UFPA. Impossível de esquecer o mapa de resenhas da professora Rosa, no qual meu nome estava inscrito, juntamente com cada resenha comentada!

Deixo meu reconhecimento particular às professoras Carmen Rodrigues e Voyner Cañete, que aceitaram e discutiram meu trabalho em seu grupo de trabalho no V REA e XIV ABANNE, possibilitando discussões importantes para o amadurecimento da minha pesquisa. Igualmente agradeço a elas pela minha participação no Seminário Mercados Interculturais, evento importante para que eu pudesse explanar e ouvir os participantes, sobre minhas recentes descobertas em campo. Encontrei junto a essas professoras o diálogo sobre um tema caro para mim, a Feira. Obrigada professoras.

Da mesma forma agradeço a professora Denise Cardoso que, além de ter contribuído com a leitura desta tese no momento de minha qualificação, possibilitou-me a participação enquanto coordenadora, no **II EAVAAM, do grupo de trabalho Narrativas Midiáticas na Amazônia.**

Não poderia deixar de também agradecer a professora Luisa Elvira Belaunde que, generosamente, disponibilizou-se a ler e a avaliar este trabalho. Mas aproveitei também para agradecer o aprendizado e o prazer que tive em assistir sua palestra sobre os desenhos *kene* na abertura do Seminário Mercados Interculturais. Obrigada professora!

Deixo meu agradecimento ao professor Daniel Miller que, generosamente, me acolheu no estágio doutoral abrindo-me as portas das instituições acadêmicas britânicas, permitindo que eu pudesse desenvolver meu trabalho com acesso e abertura irrestritos a essas instituições.

Igualmente agradeço a professora Carla Barros, que tive o prazer de conhecer nesse estágio doutoral e que, sem mesmo que ela soubesse, contribuiu de maneira decisiva para que este trabalho se realizasse da maneira como ele se forjou. Meu agradecimento se estende ao seu aceite em participar da avaliação deste trabalho em minha banca de tese.

Reconhecimento especial quero deixar ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM) e, em particular, às professoras Alda Cristina Costa e Célia Regina Amorim, pelo incentivo a este trabalho e a outros tantos que participamos juntas, por compartilharmos na academia de referenciais e valores semelhantes e com quem pude dividir meus ideais.

Agradeço aos meus colegas, das turmas de 2014 e 2015, na pessoa de Jaqueline Sousa, pela partilha no aprendizado, pela convivência, pelas trocas. Em especial, quero agradecer também ao amigo e colega de mestrado e doutorado, Rodrigo Maroja Barata, responsável por levar-me, pelas mãos, com toda a generosidade de um amigo, para o PPGA. Esse agradecimento se estende também aos meus colegas do PPGCOM, com quem pude partilhar do aprendizado e da construção de conhecimentos importantes para a construção deste trabalho.

Não poderia deixar de expressar meus agradecimentos ao Antônio Carlos Villas, secretário do PPGA, pela sua disposição, boa vontade e competência no tratamento para com os alunos do programa. Obrigada Antônio Carlos por ter-me concedido seu tempo e sua generosidade.

Devo todos os meus agradecimento, assim como devo este trabalho, a todos os feirantes da feira do Guamá; a todos. No entanto, gostaria de pontuar aqui alguns nomes como o de Dona Lília, Dona Conceição; dona Maria Do Socorro, Dona Socorro e Seu Edmilson, Dona Maria, Dona Maria do Livramento, Pingo, Greg, Seu José de Ribamar, Seu Paulo, Seu Lourival, Seu Vavá, Seu Júnior, Seu Márcio, Seu Marcos, Seu Marco, Seu Reis, Damião, Seu Pedro, Seu Francisco, Seu Tarcísio, Mary, Seu Chico, Gladeci, Dayse, Edva, Dona Adléia, Suely, Dona Glória, Dona Conceição, Dona Auxiliadora, Dona Dilma, Dona Clemência, Seu Cláudio, Seu Márcio, Seu Pedro, Dona Patrícia, Marcinho, Dona Solange, Dona Madalena, Vitória, Seu Baltazar, Dona Rai, Rejane, Seu Raimundo, Francisca, Edilene, Gleici, Dona Francisca, Suelen, Vanilza, Margareth, Seu Mimi, Dona Sorriso, Dona Zenaide, Seu Ilson, Irene, Dona Rosa, Dona Domingas, Seu Sebastião, Marilena, Regina, Seu Jorge, dona Célia, dona Nilza, e demais que por ventura não me venha agora a memória, seus familiares e fregueses que, também, pacientemente me acolheram.

Finalmente agradeço *infiniment* a quem tudo devo, a minha família! Sem ela eu não teria esta vida plena de aprendizado, de encorajamento, de trabalho e de satisfação. Aos meus filhos, Gabriela e Pedro, a minha neta Maria Clara, e ao meu irmão Daniel, que

estimulam em mim os melhores sentimentos! Ao Fábio, meu marido, amigo, companheiro e colega, devo mais. A ele agradeço esse estar no mundo que hoje construí, agradeço a força, a paciência, a coragem, o humor, a generosidade e, principalmente, por poder com ele compartilhar meu ideais, meus valores, minha vida.

Obrigada!

Resumo

Este trabalho reflete sobre a experiência social do gosto, a partir de uma etnografia realizada na feira do Guamá, em Belém, estado do Pará, na Amazônia brasileira. Procurou-se compreender a construção social dos sentidos e do gosto como vetor de sensibilidades e de socialidades em uma feira. Busca-se fazer uma prospecção das formas do gosto presentes nesse espaço, prospeccionando e compreendendo as sensorialidades partilhadas pelo grupo. O trabalho privilegia uma percepção antropológica do fenômeno social do gosto e dos sentidos, na feira.

Nesse percurso, utiliza-se as noções de sociação, socialidade e formas sociais, de G. Simmel (2006), de *traço*, de J. Derrida (1994); de sensorial, de Merleau-Ponty (1945; 1964) e Ingold (2006). Em termos metodológicos, utilizou-se a perspectiva etnográfica de M. Peirano (1995; 2006); a perspectiva de uma fenomenologia baseada em M. Merleau-Ponty (1945) e em A. Schutz (2012); a etnografia sensorial, baseada em S. Pink (2012); a antropologia dos sentidos baseada em D. Le Breton (2017), em D. Howes (1991, 2013), em C. Classen (1993); a antropologia modal desenvolvida por F. Laplantine (2017); a antropologia urbana de Velho (2003, 2006); e da antropologia interpretativa a partir da perspectiva de C. Geertz (1989); J. Clifford (1991); S. Tyler (1991).

Procurou-se, em síntese, uma compreensão das sensorialidades que envolvem a experiência dos sentidos e do gosto nos processos de socialidades e sensibilidades na feira. Os resultados principais alcançados com esta tese consistiram nas constatações de que: a) o fenômeno do gosto não pode ser reduzido à condição de um simples prazer estético, ou enquadrado em categorias pautadas pelos conceitos hegemônicos de beleza, ideal, perfeição e até mesmo, em alguns casos, racionalidade; b) os sentidos e o gosto são constructos sociais produzidos contextualmente pela experiência social sensível; c) essas sensibilidades seriam formas sociais (Simmel, 2006), presentes no universo da feira; d) o gosto consiste numa forma de expressão que evoca a capacidade de entendimento sensível do homem em relação ao seu entorno, à sua experiência e vivência. Assim, o gosto consistiria na capacidade de resposta do indivíduo a essas vivências e experiências que o indivíduo dá-se a si e ao mundo, no seu processo de interação social.

Palavras-Chave: Antropologia; etnografia; feira; sentidos; gosto; sensibilidades.

Abstract

This work reflects on the social experience of taste, from an ethnography held at the Guamá fair in Belém, Pará State, in the Brazilian Amazon. We tried to understand the social construction of the senses and the taste as a vector of sensibilities and socialities in a fair. It seeks to prospect the forms of taste present in this space, prospecting and understanding the sensorialities shared by the group. The work privileges an anthropological perception of the social phenomenon of taste and senses at the fair.

In this way, the notions of sociation, sociality, and social forms from G. Simmel (2006), of *trace*, from J. Derrida (1994); of sensory, from Merleau-Ponty (1945; 1964) and from Ingold (2006). In methodological terms, we used the ethnographic perspective of M. Peirano (1995; 2006); the perspective of a phenomenology based on M. Merleau-Ponty (1945) and A. Schutz (2012); the sensorial ethnography based on S. Pink (2012); the anthropology of the senses based on D. Le Breton (2017), D. Howes (1991; 2013) and C. Classen (1993); the modal anthropology developed by F. Laplantine (2017); the urban anthropology of Velho (2003; 2006); and the

interpretive anthropology from the perspective of C. Geertz (1989); J. Clifford (1991); S. Tyler (1991).

In summary, we sought an understanding of the sensorialities that involve the experience of the senses and the taste in the processes of sociability and sensibilities at the fair.

The main results have been obtained with this thesis consisted in the fact that: a) the phenomenon of taste cannot be reduced to the condition of a simple aesthetic pleasure, or framed in categories ruled by the hegemonic concepts of beauty, ideal, perfection and even, in some cases, rationality; b) senses and taste are social constructs produced contextually by sensitive social experience; c) these sensibilities would be social forms (Simmel, 2006), present in the universe of the fair; d) taste is a form of expression that evokes man's capacity for understanding in relation to his environment, his experience and his *livelihood*. Thus, the taste would consist of the individual's ability to respond to these experiences and *livelihood* that the individual gives himself and the world in their process of social interaction.

Keywords: Anthropology; ethnography; fair/market; senses; taste; sensitivities.

Resumen

Este trabajo refleja sobre la experiencia social del gusto, a partir de una etnografía realizada en la feria del Guamá, en Belém, estado de Pará, en la Amazonia brasileña. Se procuró comprender la construcción social de los sentidos y del gusto como vector de sensibilidades y de socialidades en una feria. Se busca hacer una exploración de las formas del gusto presentes en ese espacio, prospectando y comprendiendo las sensorialidades compartidas por el grupo. El trabajo privilegia una percepción antropológica del fenómeno social del gusto y de los sentidos, en la feria.

En este recorrido, se utilizan las nociones de sociación, socialidad y formas sociales, de G. Simmel (2006); de rasgo, de J. Derrida (1994); de sensorial, de Merleau-Ponty (1945; 1964) e Ingold (2006). En términos metodológicos, se utilizó la perspectiva etnográfica de M. Peirano (1995; 2006); la perspectiva de una fenomenología basada en M. Merleau-Ponty (1945) y en A. Schutz (2012); la etnografía sensorial, basada en S. Pink (2012); la antropología de los sentidos basada en D. Le Breton (2017), en D. Howes (1991, 2013), en C. Classen (1993); la antropología modal desarrollada por F. Laplantine (2017); la antropología urbana de Velho (2003, 2006); y de la antropología interpretativa desde la perspectiva de C. Geertz (1989); J. Clifford (1991); S. Tyler (1991).

Se buscó, en síntesis, una comprensión de las sensorialidades que envuelven la experiencia de los sentidos y del gusto en los procesos de sociabilidades y sensibilidades en la feria. Los resultados principales alcanzados con esta tesis consistieron en las constataciones de que: a) el fenómeno del gusto no puede ser reducido a la condición de un simple placer estético, o encuadrado en categorías pautadas por los conceptos hegemónicos de belleza, ideal, perfección e incluso, en algunos casos, racionalidad; b) los sentidos y el gusto son constructos sociales producidos contextualmente por la experiencia social sensible; c) esas sensibilidades serían formas sociales (Simmel, 2006), presentes en el universo de la feria; d) el gusto consiste en una forma de expresión que evoca la capacidad de entendimiento sensible del hombre en relación a su entorno, a su experiencia y vivencia. Así, el gusto consistiría en la capacidad de respuesta del individuo a esas vivencias y experiencias que el individuo se da a sí y al mundo, en su proceso de interacción social.

Palabras clave: Antropología; etnografía; Feria; sentidos; gusto; sensibilidad.

Resumée

Cette thèse cherche à comprendre l'expérience sociale du goût à partir d'une ethnographie entamée à la foire de Guama à Belem, état du Pará, en Amazonie brésilienne. On a cherché à étudier la construction sociale du sens et du goût autant que vecteur de la sensibilité et des socialités dans cette foire. L'objectif est de faire une étude des formes du goût présentes dans cet espace, observant les sensorialités partagées par le groupe. La thèse privilégie une perception anthropologique du phénomène social du goût et des sens dans la foire.

Dans ce parcours, nous utilisons les notions de sociation, socialité et formes sociales, de Simmel (2006); de trace, de J. Derrida (1994); de sensorielle, de M. Merleau-Ponty (1945 1964) et Ingold (2006). En termes méthodologiques, on utilise la perspective ethnographique de M. Peirano (1995; 2006); la perspective d'une phénoménologie basée sur M. Merleau-Ponty (1945) et sur A. Schutz (2012); l'ethnographie sensorielle, de S. Pink (2012); l'anthropologie des sens de D. Le Breton (2017); D. Howes (1991 ; 2013) et C. Classen (1993); l'anthropologie modale développée par F. Laplantine (2017); l'anthropologie urbaine de Velho (2003 ; 2006); et l'anthropologie interprétative du point de vue de C. Geertz (1989); J. Clifford (1991); S. Tyler (1991).

On a essayé, en bref, une compréhension des sensorialités impliquant dans l'expérience du sens et du goût ainsi que dans les processus de socialités et des sensibilités à la foire. Les principaux résultats obtenus avec cette thèse ont consisté dans les suivantes: a) le phénomène du goût ne peut être réduit à la condition de simple plaisir esthétique, ou encadrée dans des catégories guidées par des concepts hégémoniques de beauté, d'idéal, de perfection et même, dans certains cas, de rationalité; b) les sens et le goût sont des constructions sociales produites contextuellement et par une expérience sociale sensible; c) ces sensibilités seraient des formes sociales (Simmel, 2006), présentes dans l'univers de la foire; d) le goût est une forme d'expression qui évoque les pouvoirs sensibles de la compréhension de l'homme par rapport à son environnement et à son expérience vécue. Ainsi, le goût serait la capacité de l'individu à répondre à ces expériences vécues, que l'individu donne à lui-même et au monde, dans son processus d'interaction sociale.

Mots-clés: Anthropologie; ethnographie; marché/foire; sens; goût; sensibilités.

INDICE

Apresentação	9
Capítulo 1	14
Introdução ao objeto de estudo: O gosto na Feira do Guamá	
1.1 Caminhando por entre corredores, sentidos e experiências	23
1.2 Apresentação do objeto: a sensibilidade na feira	49
Capítulo 2	59
Descrição factual dos lugares e personagens da feira	
2.1 Apresentação do campo: o complexo da Feira do Guamá	65
2.2 Inserção da pesquisadora no campo	85
2.3 A revitalização do mercado de carne e o novo padrão na sua composição espacial	95
2.3.1 As áreas que conformam o mercado de carne	89
2.3.2 O complexo da Farinha ou Mercado da Farinha	114
2.3.3 O complexo dos Industrializados	116
2.4 Desregulamentações espaciais: adaptações e amoldamentos	119
Capítulo 3	124
Elementos teóricos e metodológicos para uma compreensão do gosto na feira	
3.1 Pontos de partida: em busca da carne do mundo	124
3.2 A Antropologia dos Sentidos e a Etnografia Sensorial	129
3.3 A feira, uma forma pré e anti moderna	142
3.4 A <i>forma</i> Feira enquanto geradora de <i>formas</i>	152
3.5 O referencial formista em Simmel, Maffesoli e Godelier	155
3.6 Imanência e estranhamento	158
3.7 Imanência e estranhamento	165
Capítulo 4	173
Os sentidos, a cultura material e a conformação do gosto na Feira do Guamá	
4.1 A concretude do gosto e a carne do mundo	173
4.2 Objetos e coisas na feira	179
4.3 Como os sentidos se materializam no gosto através das coisas na feira	185
4.4 Atos de comprar: gosto, sociação, dádiva	198

Capítulo 5	208
Retratos sensoriais: as sensibilidades na feira	
5.1 Formas Sensíveis	208
5.2 Espacialidades e sensibilidades	240
5.3 Percepção, sentidos e sinestesia	245
Capítulo 6	256
À guisa de conclusão: Gosto e intersubjetividade, distendendo o conceito de gosto	
6.1 O gosto como sociação	256
6.2 A dinâmica intersubjetiva do gosto	262
6.3 De que gosto estamos falando	267
Referenciais bibliográficos	271
Anexos	278

Apresentação

Pode parecer incomum falar sobre práticas do gosto em uma feira. Uma feira não é lugar onde, costumeiramente, se identificam práticas de gosto. Isso se dá pelo fato de que o gosto, enquanto fenômeno humano, tende a ser pensado em relação a um referencial platônico que o considera sempre dicotomicamente: há gosto / não há gosto; ou, ainda, bom gosto / mau gosto. Os lugares de um gosto, digamos, positivado – há gosto / bom gosto – são, normalmente, instituições e espaços sociais empoderados pela experiência *savante* das sociedades: academias, museus, palácios, galerias, prédios institucionais, escolas, centro do poder político e econômico, locais de residência e trabalho de intelectuais e de indivíduos componentes das elites. Bourdieu (2007) já discutiu e demonstrou como a questão do gosto constitui um mecanismo de poder e uma forma de capital. Por meio dele se controla muito da reprodução social, e por meio dele se produz muito da exclusão dos indivíduos socialmente indesejados – sob o pretexto, insustentável – de que eles não partilham das mesmas experiências de gosto; ou, pior ainda, de que eles não teriam condições cognitivas de partilhá-lo. Com efeito, o problema não é que esses indivíduos não partilhem de um determinado gosto e nem que tenham ou não “condições” cognitivas para partilhá-lo, mas sim que não é possível reduzir a questão do gosto à essa compreensão dicotômica que o positiva, como há e não-há, e como bom e mau. Além disso, o tema do gosto está vinculado a uma discussão estético-filosófica que, ao longo dos últimos séculos, deslocou-se para a filosofia e para o universo das artes – um universo que aparenta pretender certo monopólio sobre a reflexão do que seja o gosto.

O gosto sobre o qual trato, nesta tese, não se enquadra nessas dicotomias e não é pensado como uma relação ou um instrumento de poder e/ou de reprodução social. Como disse, pode parecer incomum falar sobre práticas do gosto em uma feira, afinal, uma feira não é um lugar onde, costumeiramente, se identificam práticas de gosto. No entanto, é justamente a construção social do gosto, numa feira, que constitui o objeto desta tese. De certa maneira busco fazer uma arqueologia do gosto numa feira, no sentido de uma escavação das sensorialidades que, partilhadas pelo grupo, eventualmente, podem vir a ser compreendidas por esse mesmo grupo como gosto. A ideia é vir de baixo para cima, e não o contrário, como faz Bourdieu (2007). Desejo pensar o gosto como experiência sensorial e social, e não como objeto, ou capital, na reprodução social.

Da mesma forma, também procuro deslocar a feira de seu paradigma convencional – espaço comercial de compra e venda – para um ponto de observação diferenciado. Não privilegio, assim, uma perspectiva sociológica, econômica ou histórica do que seja a feira, mas sim uma percepção antropológica do que é o fenômeno social do gosto e dos sentidos, na feira. Uma percepção que foi construída a partir da prática etnográfica.

Convém destacar, por isso mesmo, como percebemos a feira. Partimos do senso comum. De acordo com o dicionário da língua portuguesa (Bueno, 1983: 484), feira também é vista como mercado, um lugar de “*venda de mercadoria ao ar livre, em vias públicas etc., em determinado dia da semana [...]*”. De acordo com o mesmo dicionário, mercado, para o que aqui nos é concernente, é o “*lugar de venda de gêneros alimentícios e outros; povoação em que há grande movimento comercial [...]*” (Bueno, 1983: 720). Ou seja, mercado seria o espaço físico, geralmente coberto, onde se desenvolve a feira. Visto que ambos confundem-se e, em geral, são aceitos um pelo outro de maneira genérica com o mesmo significado, manteremos o sentido usual utilizando-os como sinônimo, no caso aqui tratado, de um pelo outro. A priori, a feira é o lugar onde ocorre troca de mercadorias e de serviços, no entanto, enquanto espaço aberto, a feira compreende o mercado, espaço fechado. Assim trabalharemos com ambos, a feira e o mercado, pois quando falamos de um, estamos falando do outro.

O que importa, em nossa perspectiva, é que a feira, espaço de troca, espaço de interações, pode ser pensada como uma forma social viva e pulsante, que se conforma continuamente a partir das múltiplas interações ocorridas em seus espaços e temporalidades, como veremos ao longo deste trabalho.

Assim, a feira da qual falamos não se limita a uma localidade; ela atravessa espaços socioculturais e temporais, se conformando através de interações contínuas. A feira da qual falamos é uma forma social, a forma-feira. Para compreendê-la dessa maneira, partimos de Simmel, que entende forma social como o resultado de um processo que se constrói, ininterruptamente, através das relações que se estabelecem entre os mais diversos elementos e conteúdos (SIMMEL, 2006), presentes num dado contexto.

Para Simmel o conteúdo é a matéria da sociação (2006), ou seja, é um elemento que forja a interação, que participa da interação e que lhe dá mobilidade. Importante entender que, para Simmel, não existe forma social estática, ela está sempre em processo, transformando-se, “formando-se” de acordo com os elementos que a conformam. Para

ele a sociação é “a forma que se realiza de inúmeras maneiras distintas” (SIMMEL, 2006: 60).

Assim, propomos pensar a feira de maneira não convencional e por meio de uma estratégia formista, uma estratégia simmeliana, que compreende o conteúdo e/ou a forma-conteúdo, como os sentidos e o gosto, enquanto um desses elementos que contribuem para a conformação da feira enquanto tal, assim como um elemento que contribui para o desencadeamento e consolidação de reciprocidades.

Estratégias de campo

Em parte, esta pesquisa se fez andando. Andando e coletando imagens, odores, sabores, ruídos, tatos, falas. Coletando sensações e tentando perceber o que é o gosto a partir dessas sensações. Andando e “fazendo a feira”. Desde o projeto de pesquisa com o qual entrei no doutorado do PPGA eu já anunciava minha predisposição metodológica em realizar um campo na feira do Guamá por meio do ato de “fazer a feira”. Ou seja, andar, caminhar, ouvir, sentir, valorizando as sensações. Exatamente como o não-antropólogo, a pessoa que vai à feira para “fazer a feira”, faz: buscando o melhor produto por meio dessa disposição, ou disponibilidade, sensorial, por meio da interação, cultivando as reciprocidades.

Em minha infância, a expressão “fazer a feira” era recorrente dentre meus familiares e evocava, de certa maneira, essa disponibilidade: o ato de andar pela feira buscando encontrar coisas saborosas, quase ouvindo histórias. Evidentemente, num mundo em que as feiras cedem um pouco de seu espaço para os grandes supermercados – onde impera certa ideia de assepsia e no qual os produtos são mediados por embalagens de todos os formatos e o valor é aferido por frios códigos de barra, retornar à feira muitas vezes me parece como um humanizar do alimento, das relações, das sensações e do gosto.

Andar pela feira “fazendo a feira”, numa etnografia *on foot*. Isso talvez resuma minha abordagem.

Afinal, procurei sempre andar, parando aqui e ali, e me predispondo a conversar com todos e todas, ouvindo histórias de vida e procurando compreender como a feira é sentida, percebida, na sua vida cotidiana. Ia a feira para “fazer a feira” e assim, efetivamente, justificativa minha aproximação para introdução do diálogo, para minha

apresentação ao feirante e, também, para comprar o que de melhor a feira podia me oferecer, suprimindo minha despensa, geladeira, proporcionando a alimentação necessária para a família. Além do que, para mim, era mais barato comprar na feira do Guamá do que em qualquer outra feira de Belém, mesmo na do Ver-o-Peso, como observou dona Raimunda, “*Aqui mana, é muito mais barato. Não dá nem pra comparar!*”¹ ao comprar goma para tapiquinha, do seu Mário.

Para me ajudar a registrar meu campo habituei-me a andar, sempre, com um pequeno gravador pendurado ao pescoço; em meu entendimento isso habituaría a mim e ao outro, o frequentador da feira, àquele aparelho, afastando aos poucos qualquer estranhamento ou impedimento entre mim, ele e o gravador. De fato, ao longo do tempo isto aconteceu, e eu me sentia à vontade utilizando aquele aparelho sempre ligado. Acredito que o mesmo aconteceu com meus interlocutores. Quando, por vezes, principalmente em um primeiro encontro, meu interlocutor notava o aparelho, ou eu notava que o feirante o tinha observado, achando aquilo estranho, eu me precipitava em explicar que eu utilizava aquilo porque eu conversava com muita gente por ali, e as vezes esquecia “naturalmente”, pois não conseguia gravar/recordar tudo o que eu havia conversado; desta maneira o gravador me ajudava a lembrar. Meu interlocutor aparentava me entender, assim conversávamos, acredito, mais tranquilamente, e com minhas idas e vindas e meu reencontro com o mesmo, o aparelho, aparentemente, desaparecia de nossa relação.

Usava também uma câmera fotográfica que, vez ou outra pedia para registrar um feirante ou mercadoria, algo que me interessasse, ou mesmo o próprio contexto, sem que nada tivesse, particularmente me chamado atenção; além de registrar a própria vivência do momento. Vez por outra também levava uma câmera de filmar; o que me permitiu filmar algumas performances como a do tratamento de peixes por um ou outro peixeiro, a do tratamento de carne por um açougueiro, a composição de um buquê; a lavagem da feira. Mas também filmei a banalidade do andar pela feira, meu mero andar pela feira; fiz isto com a permissão de cada um deles que se deixaram registrar. Algumas vezes pedi

¹ Dona Raimunda é moradora do bairro desde a infância, aparenta ter mais de 60 anos, e faz salgados e doces por encomenda. Em entrevista realizada no dia 14 de Janeiro de 2017 faz questão de deixar claro que a feira do Guamá é mais barata que a do Ver-o-Peso e utiliza como exemplo a cuba de 30 ovos que naquele dia, no Guamá, ela estava comprando a R\$8,50 enquanto que no Ver-o-Peso, de onde ela acabara de vir, estava custando R\$13,00; e no supermercado cerca de R\$17 reais.

para eles mesmos registrarem uma filmagem, como no caso da lavagem da feira; outras, eu mesmo o fazia.

Ao andar pela feira, a registrava como um todo, sempre que acreditava necessário e importante, sempre que estava com a posse do equipamento adequado, ainda que filmasse o que aparentava ser ordinário. Não lembro de ter usado caderneta ou papel e caneta para fazer alguma anotação, pois me sentia mas livre para dar minha atenção ao meu interlocutor; da mesma maneira com minhas mãos livres me sentia mais a vontade para estabelecer uma relação contínua com minha atenção toda voltada a meu interlocutor e ao meu entorno. Efetivamente eu acreditava que qualquer parada para tomar nota acabaria interferindo na construção de minha relação com aquele a quem eu queria uma aproximação.

Outro procedimento importante que utilizei foi, logo na saída do campo, transcrever aquilo que eu tinha vivenciado; desta maneira, não somente anotava por escrito aquilo que o gravador tinha registrado, mas, principalmente, registrava minhas impressões; ou seja, tudo o que eu havia vivido naquelas últimas horas na feira estava mais vivo, tudo ainda estava mais intenso em meu corpo e em minha mente. Certo, acabava este trabalho ainda mais atordoada, pois o som do gravador acabava por reproduzir de maneira mais acentuada todo o universo sensorial vivenciado naquelas horas na feira, através de um único veículo, o auditivo.

No primeiro momento da pesquisa, durante 2011 e 2012, pude contabilizar, pelo menos, 61 entrevistas registradas e transcritas; estas foram significativas para o desenvolvimento deste trabalho. Mas meu método de registro, neste primeiro momento, apesar de estar com o gravador, era diferente, eu acentuava minhas descrições somente nas entrevistas, assinalando o que cada entrevistado gostava ou deixava de gostar na feira, suas impressões e qualquer outra informação centrada em nossos diálogos.

Já durante os anos de 2014 a 2017 centrei-me na descrição etnográfica densa (GEERTZ, 1989), colocando cada entrevistado no contexto de minha e de sua vivência ali na feira, não separando-o do contexto e, desta maneira, não preoquepei-me em contabilizar o número de entrevistados. No entanto, somando os 61 entrevistados, e com a maioria destes voltei a reestabelecer interações, acrescentemos a estes 61, os novos feirantes conhecidos com os quais entrei em interação, cerca de 52 feirantes e um número menor, com certeza, mas significativo, de frequentadores da feira, acredito ter realizado 113 diálogos, conversas sobre as impressões dos feirantes sobre a feira, sempre centradas

no que eles gostavam ou deixavam de gostar dali. Essa pergunta abria nossas perspectivas, minha e deles, para que o diálogo se estendesse e pudéssemos falar sobre suas impressões a partir dali. Conversas que nos levaram, muitas vezes a trocar receitas e a partilhar nosso cotidiano.

Metamorfoses da feira

Também gostaria de dizer algo a respeito do que é a feira em sua dimensão histórica, como espaço de experiência social. A feira é um espaço social tradicional e um *topos* central em muitas sociedades. Espaço por excelência das trocas, a feira pode ser encontrada em todas as épocas e espaços do chamado Ocidente. Anderson e Lathan (1986) mostram a evolução dos mercados ao longo da história ocidental; Redfield (1986) trata especificamente das feiras na Grécia arcaica, mostrando como essa experiência estruturou um padrão de divisão de espaços e de procedimentos de negociação que tendeu a se disseminar por todos o Mediterrâneo nos séculos seguintes. Kampen (1981) mostra muito do que foi a feira romana ao estudar a força de trabalho feminina na cidade de Óstia, ao longo do período imperial. Bridbury (1986) faz uma síntese do que foi a feira na Idade Média. Faroqi (1984) discute a venda de alimentos nas feiras da Anatólia no século XVI. Geertz (2003), indica variáveis de um modelo de feira, o *souq*, a partir de sua etnografia de Sefrou.

Cabe perceber, também, que a modernidade ocidental produziu metamorfoses do mercado, como as galerias, ou *passages*, descobertos por Walter Benjamin (2007), como um dos espaços centrais do urbano dezenoveano, os grandes magazines e as lojas de departamento. Estes dois últimos produtos das *passages*, também surgiram no contexto da metamorfose dos mercados e feiras. Evidentemente que se trata de uma correlação vertical, somente compreensível no contexto de uma expansão da oferta de produtos manufaturados associada à emergência de esferas públicas nas quais se mediavam, para além do debate político e intelectual, novas mediações do desejo e das práticas de consumo.

Uma variada e instigante bibliografia discute essas metamorfoses modernas e contemporâneas do mercado. Carrier (1995) oferece uma perspectiva histórica geral das metamorfoses da feira a partir de 1700; Miller (1998), por sua vez, procura iniciar uma teoria geral da prática e do ato de comprar, descrevendo a predisposição intersubjetiva

que estaria nos fundamentos de outro fenômeno, o de consumo. A diferença entre o comprar e o consumir se produz, aparentemente, no processo de compreensão dessa experiência cultural associada à constituição do espaço público moderno.

Esses dois autores, Carrier (1995) e Miller (1998), ilustram dois debates diferentes e instigaram muitas reflexões sobre o fenômeno: aquele que se dá em torno de uma perspectiva sobre a formação histórica dos mercados e aquele que se dá em torno da discussão sobre o consumo.

No primeiro grupo podemos referir o trabalho de Rappaport (1996) sobre a construção do “gosto” e da “tentação” na Londres vitoriana; de Fraser (1981) sobre o surgimento das lojas de departamento, por volta de 1850; de Kowinski (1985) sobre o advento da “cultura do retalho” nos mercados de Nova Iorque do século XIX; de Miller (1981), sobre o papel do *grand magazin* parisiense *Au Bon Marché* na conformação do gosto burguês dezenoviano; de Williams (1982), sobre o surgimento do consumo e do gosto de massa no século XIX; de Sargentson (1996) sobre o gosto de luxo dezenoveano; de Honig (1999) sobre a pintura de feiras e mercados na Antuérpia do século XVII e de Schama (1987) sobre as práticas sociais do gosto e o mercado em Amsterdam do século XVII, para citar alguns dos mais conhecidos trabalhos nesse campo.

O segundo bloco de discussão que referimos, aquele que trata dos processos de consumo é representado por, dentre outros Bowlby (1985), que faz interessante revisão da descrição literária do consumo; McCracken (1986), que reflete sobre o caráter simbólico dos bens e serviços no ato do consumo; Dittmar (1992), a respeito da dimensão psicológica do ato de posseção de um objeto de desejo, nas sociedades contemporâneas; Benson (2000), sobre o fenômeno da compulsão no ato de comprar e sobre o consumo como elemento de conformação do *self* nas sociedades da abundância; e Solomon; Bamossy; Askegaard; Hogg (2002), que discutem o comportamento do consumidor europeu contemporâneo. Uma tônica dominante neste debate é a compreensão de que o que entendemos por consumo é um fenômeno cultural importante em muitas cultura, mas que tem uma forma dominante a partir da conformação do espaço público moderno.

Além desses dois grandes blocos de debate, podemos localizar um outro, menos expandido, embora não menos importante, que é aquele que trata da estrutura física dos mercados modernos e contemporâneos. Esse debate é representado por De Certeau (1985), com seu trabalho sobre as “políticas do espaço”; de Ogbarn (1998) sobre a

geografia das feiras e mercados de Londres no século XIX; o de Nead (2000) sobre o comércio de rua e as especialidades dos mercados londrinos no século XIX.

Todos esses debates parecem ser tributários, em alguma medida, do trabalho seminal de Walter Benjamin sobre as galerias parisienses do século XIX. Efetivamente, a “Capital do Século XIX”, com sua cultura material, suas passagens, seus tipos humanos associados à experiência moderna – o *flâneur*, o trapista, a prostituta, o jogador, etc. parecem confirmar um referencial central para o que entendemos por mercado e consumo, mas, efetivamente, há dimensões importantes a considerar que ficam deslocadas em relação à modernidade parisiense desenoveana destacada por Benjamin. Referimo-nos a outras experiências modernas, todas igualmente importantes para os sentidos que muitos de nós atribuímos ao mercado e ao consumo. As experiências como as metamorfoses da feira que tiveram lugar na Itália, particularmente na Toscana do Renascimento e, também, àquelas que tiveram lugar na Holanda e na Flandres, nos séculos XVI e XVII. E certamente muitas experiências similares podem ser referidas. Referi essas duas porque elas constituem etapas de grande magnitude na ilustração dessas metáforas modernas da feira.

A estrutura da tese

O que falei acima sobre as metáforas da feira, tem um único objetivo: mapear um campo de significados, sentidos e reflexões para melhor situar a temática específica deste trabalho. Desta maneira em meu primeiro capítulo procuro colocar em evidência meu objeto de estudo, as sensações, os sentidos e o gosto que encontrei na feira ao lá chegar; procurei evidenciar através de minha etnografia (GEERTZ, 1989; PEIRANO 1995; 2006) aqueles elementos e conteúdos que conformam a feira enquanto tal, as pessoas e as coisas materiais e imateriais na sua concretude, as sensibilidades de todas as ordens; aquilo que, acredito, seria a carne do mundo (Merleau-Ponty, 1945; 1985) que dá corpo a feira.

No segundo capítulo, procuro um afastamento pragmático para poder discutir – mesmo que ainda saibamos que há uma interferência na construção da escritura – a feira em sua pragmática cotidiana e ordinária, um registro factual da feira do Guamá. Procuro fazer um mapeamento dos espaços construídos pela Prefeitura de Belém, sabendo que esses espaços sofreram e sofrem negociações contínuas ao se transformarem em lugares

de trabalho, de afetos e de vivências. Desta maneira, procuro evidenciar como esses espaços foram negociados e ocupados por seus feirantes.

No terceiro capítulo evidencio quais os recursos teóricos e metodológicos que me serviram de suporte para poder aproximar-me, seja do campo, seja de meu objeto de estudo; evidenciando como os pensei e os conformei para poder aplicar ou não conceitos e métodos. Convém observar que não procurei conformar meu objeto dentro de uma teoria ou metodologia específica; pois somente utilizei-me destas para que meu objeto de estudo pudesse melhor manifestar-se, melhor aflorar-se, deixando-se perceber.

No quarto capítulo me disponho a entrar na carne daquele mundo, e de como essa carne se conforma, observando de perto e de dentro os sentidos, a cultura material e a conformação do gosto na feira do Guamá. Esforço-me por expô-la, sabendo que essa suposta exposição é uma escolha que registro aqui. Mas é uma escolha que se conforma no ato da vivência de muitos, não somente do pesquisador. Desta maneira o quinto capítulo funciona como um retrato sensorial da feira do Guamá; o que seria, em meu entendimento, o elemento que “dá liga” (MAFFESOLI, 2000) entre os demais elementos que compõem a feira do Guamá.

A tese ainda possui um espaço conclusivo, ou melhor, daquilo que é um encaminhamento de uma conclusão, no qual registro o que compreendi sobre o que seria o gosto depois de minha incursão e estadia no campo. Desta forma, à guisa de conclusão explano sobre o que seria o gosto e a intersubjetividade, procurando distender o conceito de gosto.

Entendendo que o trabalho chegou ao fim; espero que, pelo menos, se sinta o prazer em lê-lo, e, quem sabe suscite em cada leitor o desejo de conhecer e penetrar em uma feira, ou ainda, na feira do Guamá.

Capítulo 1

Introdução ao objeto de estudo: o gosto na feira do Guamá

1.1 Caminhando por entre corredores, sentidos e experiências

Em um sábado qualquer, ordinário, comum, adentramos na feira do Guamá. Entramos num reino de colorido intenso e diversificado. Folhagens verdes de todos os matizes, nos cercam; frutos de todas as cores se impõem, enquanto seus aromas nos tomam os sentidos. Entramos ali pelo corredor que, envolto em frutas e legumes, fazem com que eu me sinta mais protegida, ou menos exposta, nessa tarefa de fazer etnografia, que não aprendi na graduação e para a qual o doutorado me lança, me empurra, inclemente das inexperiências e ansioso das experiências. Nesse reino colorido e perfumado somos cercados, também, por vozes. Por muitas vozes, pequenas expressões animadas, gentis; outras, jocosas (RADCLIFFE-BROWN, 1952) e engraçadas; todas elas expressões verbais corriqueiras e entrecortadas –

Alô freguesa, o que tem pra hoje?!

Bom dia freguês!

O deseja amada?

Posso ajuda, querida?

E aí papai? O que que o neném manda agora?

Comendo aí, né papai?!

O que é meu amor?

Hei, meu patrão!

Leva dois aí, bebê.

Os sons se sobrepõem. Acima dessas vozes, um tumultuado horizonte de ruídos. É intenso o barulho de carros, motos, buzinas, sirenes, ônibus e caminhões, mas também

das muitas *bikesons*², carros e bocas de ferro³ (sonoros urbanos) publicizando um mercadinho, um comércio próximo, o próximo Baile da Saudade, o Pop Ternura e outras festas, sempre muito pródigas na cidade de Belém (COSTA, 2009). Tudo entrecortado pela música frenética do conjunto que, numa delas, irá se apresentar:

Fox Sabadão. Quinta Top dos Djs, com a volta dos Juntos e Misturados. É no Poupilho pra galera... olha só quem faz a festa... Fox Sabadão... Djs convidados. Dj David do Pop Saudade, Dj Júnior Brasil do Brasileirinho. Portaria liberada até meia noite... Balde com quatro latas, nove e noventa e nove, até meia noite e meia... Fox Sabadão...Fox, Fox... Fox Sabadão... Fox, fox, fox (este último como se fosse cantado, entra música) Sabadão... Quinta Top Sucesso. É a quinta top dos Djs; é pra lotar o Poupilho (sede no Guamá), com a volta dos juntos e misturados que é sucesso, você sabe.... Um show do Fox pra galera... Fox Sabadão... Os Djs que são sucesso na Saudade, Júnior Brasil do brasileirinho e David do Pop Saudade. É a quinta Top dos Djs com a volta dos Juntos e Misturados é no Poupilho Acústico. (Agora sem música, à capela) A volta dos Juntos e Misturados na quinta Top dos Djs, é no Poupilho, Poupilho, Poupilho, Poupilho... Fox Sabadão...⁴

O carro som distancia-se. O Fox Sabadão vai ser na Quinta Top. Indago aos meus interlocutores o que o locutor quer dizer com.... *Poupilho*.... Descubro que se trata de uma sede de clube, famosa no bairro do Guamá. “*Hoje o barulho na feira está infernal*”, me diz dona Gilmará⁵. São como dois canais de som simultâneos: o barulho do mundo e o rumor dos homens. O vozerio dos homens – e das mulheres, evidentemente – envolve o ambiente, e mal podemos identificar o que se fala. As frases parecem cortadas

² Bicicletas que levam em seu cargueiro, dianteiro ou traseiro, mas na grande maioria das vezes dianteiro, uma caixa de som ou autofalantes e/ou amplificadores de som. Geralmente usadas para publicizar um evento, ou uma loja, ou mercadoria/produto, ou serviço, etc.

³ Bocas de ferro são caixas de som ou megafones instalados no alto de postes com fiação elétrica que divulgam músicas, eventos, lojas, serviços, mercadorias, etc. São também conhecidas como rádio poste ou rádio cipó: “*‘Rádio cipó’ é tradição que tem ouvintes cativos em toda a cidade. Músicos de sucesso dizem que espaço é importante para divulgar trabalho.*” (<http://amazoniaacontece.blogspot.com.br/2014/01/bocas-de-ferro-radios-de-poste-divulgam.html>) consultado em 10 março 2018. Ver imagem em anexo.

⁴ Importante observar que somente em janeiro de 2018 descobri, através do meu orientador Fabiano Gontijo, que a sede se chama Poupilho; e que a festa se chama Fox Safadão; apesar de ter perguntado para um e outro que no momento me cercavam sobre a sede e sobre a festa. Desta maneira observo como nos deixamos levar, seja pela sonoridade do ambiente, seja pela voz do outro; assim como pela nossa capacidade de escutar e ouvir o mundo que nos cerca. Isto me faz pensar até que ponto realmente escutamos o que queremos, ou o que o mundo nos diz.

⁵ Para garantir o anonimato dos entrevistados utilizamos pseudônimos em todos os nomes.

por outras frases. Sigo. Visito boxes e procuro comprar alguma coisa. Paro para comprar uns CDs; na verdade para perguntar o que mais tem vendido por ali.

Converso com seu Mariozinho, que vende CDs e DVDs num ponto de esquina, bem em frente ao tradicional Mercado da Farinha, ponto de origem da feira do Guamá, no final do século XIX. Trocamos votos de Boas Festas – o final do ano se aproxima. Seu Mariozinho é um homem alto e bem forte, na verdade acima do peso, extremamente doce, gentil e paciente.

A esquina do Mercado da Farinha, um orientador daquele espaço (DA MATTA, 1997), é sempre um ponto de referência importante, o mais antigo, o mais concorrido espaço entre os feirantes, e onde há uma aglomeração mais intensa de pessoas. Ali fica a banca de seu Mariozinho. Ele tem uma grande caixa de som, com a qual reproduz seus produtos. Naquele momento reproduz um *flashback* remixado de um conjunto de Igarapé-Açu, cidade do interior do estado. Um ritmo que, segundo ele, é “*do passado*”. Pergunto-lhe o que mais vende e ele me diz que é o Arroxa, o ritmo, “*está arrebeitando agora*”. Pergunto qual o som que mais toca na feira, e ele responde que é o Siqueirão, o Cíneral e o Arrocha. No momento, os ritmos que mais vendem.

Peço para comprar três CDs, na sua promoção de 3 CDs por 5 reais. Ele vai colocando e me amostrando os CDs que estão “*arrebeitando*”, um a um, pacientemente. Esses seriam, para seu Mariozinho, o que está tocando em todas as festas e “*vendendo feito água*”. Seu Mariozinho é muito simpático, apesar de ter o semblante um pouco fechado. Confesso-lhe que não consigo diferenciar o brega do arrocha. Ele vai colocando e mostrando outros CDs, paciente, solícito, educado. Mas fica intrigado com minha ignorância e pergunta se “sou daqui”, pois estranha eu não conhecer aqueles músicos e aquelas música. Lembro que ali, a estranha era eu, eu era o outro. Assim, notava o quanto a feira, que eu tinha como familiar, me era estranha (VELHO, 1978). O quanto aquele universo simbólico era diferente do meu (CAVALCANTI, 2003). Códigos ou símbolos em formas de músicas, de ritmos, de nome de grupos e de cantores que eu não conhecia e que faziam parte daquele universo. A banca de Mariozinho estava lotada de fregueses que dali tudo conheciam.

Com toda paciência que lhe é característica, ou característica de um bom vendedor, seu Mariozinho, ao longo de nossa conversa, vai trocando os CDs para que eu escute um pouco de cada um; assim como também vai colocando o que os fregueses ali estão pedindo. A sensação que tenho é que todos os cds e todas as músicas pertencem ao

gênero que ele chama de Arrocha. Demoro para descobrir que arrocha é, na verdade, um ritmo, embora também houvesse uma banda que se chamava Arrocha. E seu Mariozinho continua, “*O que vende muito também é passado, arrocha e evangélico. Simone e Simaria... que é forró, mas com ritmo de arrocha.... Aqui pra nós ela é arrocha.*” Não entendi, e peço para ele me explicar novamente. Ele me diz que “*pra lá*”, “*pra eles*”, é forró, mas pra “*nós* (ali do Pará, no entendimento de Seu Mariozinho) *é arrocha, que a gente dança bem coladinho*”.

Passa uma freguesa perguntando sobre um certo CD, e seu Mariozinho diz que “*só amanhã*”. É um CD de funk, igualmente muito vendido ali no Guamá. Vou me despedindo de seu Mariozinho quando se aproxima um freguês procurando pelo CD da banda gospel Som e Louvor. Ele diz que já acabou, mas que os traz no dia seguinte. Fico impressionada com o conhecimento de seu Mariozinho; não lhe escapa nenhuma informação do que lhe é demandado. E, já com os três CDs da promoção na bolsa, acabo por levar um quarto, de Simone e Simaria, indicação de compra de uma freguesa que ali passara e, ouvindo a aula que eu recebia de Seu Mariozinho, insiste para que eu leve para casa o trabalho dessa dupla – da qual ela, a freguesa, gostava demais.

Ainda há pouco eu perguntava ao seu Mariozinho sobre o cheiro da feira. “*Como assim?*”, me rebate ele. Pergunto se tem algum cheiro que seja característico da feira. Ele sorri, vira levemente o corpo para o lado, continua arrumando os CDs e se volta para mim, aproxima-se e me diz, ao pé do ouvido, que o cheiro da feira é fedorento, que “*passa muita gente fedorenta aqui*”. “*Passa muito homem fedorento... vou lhe falar...*”; ele não se estende na explicação, mas suas interjeições e expressões completam a narrativa sobre o cheirar e o feder; homem fede, “*mas tem uns que são piores!*” E pergunto, “e de mulher?”, “*Ah, passa muita mulher cheirosa*”. E sorri. E a diferença de gênero se evidencia no discurso de seu Mariozinho. Homem fede, e mulher cheira.

“*Pega duas aí, bebê!*”, ele se vira a um freguês, amigo, que trabalha na seção da farinha, e que agora está na outra ponta da mesa, e pede para lhe passar umas sacolas plásticas. Peço os três CDs por cinco reais; compro de acordo com sua indicação. Ele diz que vai me dar o que está tocando, porque se escolho outro título qualquer, “*pode dar uma zebra, nunca se sabe*”. Seu Mariozinho trabalha na feira há oito anos, e do que mais gosta

É que a gente só vive na sacanagem, chamando uns de... de... de corno pro outro, de... de comilão, de tudo... só vive na sacanagem... isso aqui...

que distrai a gente aqui... entendeu?! Aí o pessoal passa, acha graça, aí outro vem acha graça, aí a gente fica na sacanagem... e chamando um de hei... eu não vou nem lhe falar do que a gente chama de um pro outro... mas até mulher chama... não vou nem lhe falar. ” (Mariozinho, 06 de abril 2016).

Observamos que, todas as vezes que perguntamos a um feirante e a um frequentador da feira, o que ele mais gosta na feira, ele se remete a uma experiência sensível, sensorial; desta maneira, notamos que eles estão falando de sensibilidade. Assim, no sentido fenomenológico e cotidiano, o gosto não é uma coisa constituída, o *cogito*; mas o gosto é uma sensibilidade.

Mas continuemos. Noto que Seu Mariozinho ao me falar que não vai me falar, está, na verdade, doido para partilhar comigo essa sua vivência; está doido para me contar do que eles se entrecamam, de como brincam e gozam-se entre si. Me sinto estimulada a estimulá-lo, aproveito e incentivo, e ele não tarda, e coloca

Ei pau mole... eles assim acham graça, entendeu? ... aí tipo assim, é uma... uma coisa que a gente não pode nem... eu sou um, tem vezes que a gente não... eu sou um, que não gosta nem de ir pra casa... Quando chega no domingo a gente se reúne, aqui. Quando acaba a feira umas meio-dia e meia, quando cada um toma uma cerveja... e fica na sacanagem... e aí a gente dança... a gente fica na sacanagem aqui... um começa a sacanear com outro, mas é tudo na brincadeira, entendeu? He tal fulano, hei comilão. (Idib. 6/4/2016)

Pergunto para o seu Mariozinho quais apelidos eles se entrecamam, além de pau mole; um pouco tímido, mas rindo, seu Mariozinho continua, “*Rói rola*, (risos) *só na sacanagem. Mas sabe, é uma brincadeira sadia... um passa, acha graça, até mulher acha graça... até mulher que fala também!*”. Intuindo que existem outros apelidos que, talvez, por pudor Seu Mariozinho não quer falar para mim, insisto; pergunto para ele quais são os outros apelidos mais falados além desses; ele cai na gargalhada; vi aí que não me enganei. Mas será difícil arrancar isso dele. “... *é muita sacanagem... hei fodão!*”. A brincadeira, segundo seu Mariozinho “*é mais homem com homem, não tem mulher*”. Mas entendo que tem aquelas poucas mulheres que os conhecem e estão por ali com mais frequência.

Recordo o que Goffman (2013) escreveu a respeito da importância das graças, da galhofa para a compreensão das reciprocidades; e, eu diria, da forma social:

...brincadeiras e dos jogos sociais nos quais são intencionalmente arquitetadas situações embaraçosas que não devem ser levadas à sério

... contam-se e repetem-se anedotas do passado – reais, enfeitadas ou inventadas – pormenorizando [quando é o caso] rupturas que de fato ocorreram, quase ocorreram ou que ocorrem e foram admiravelmente solucionadas. ” (GOFFMAN, 2013: 26).

Percebo que a feira não seria o que é sem a galhofa, sem a brincadeira, sem a conotação sexual nela presente, sem essa relação jocosa – que, segundo Radcliffe-Brown “*significa uma relação entre duas pessoas na qual uma delas tem permissão, pelos costumes, e em alguns casos a obrigação, de zombar ou fazer graça de outra que, por seu turno, não pode se ofender*”⁶ (1952:90). E percebo, igualmente, que também o riso, a piada, a provocação bem-humorada constitui uma parte importante no rumor, no ruído, na sensorialidade da feira.

A Galhofa, a brincadeira jocosa, a piada, são manifestações coletivas que fazem parte do jogo ritual (GOFFMAN, 2012); manifestações vividas em grupo, elas fortalecem os laços sociais, evidenciando valores comuns entre seus participantes. Algumas vezes, nas relações sociais elas se fazem como pequenas transgressões que quebram interditos temporariamente, procurando, através da ludicidade, própria da galhofa, superar o tédio do cotidiano por gerar divertimento. As vezes a galhofa surge para criticar uma situação ou para afirmar determinado valor; pode surgir em um momento de embaraço ou desconcerto para concertar um *faux pas*, expressão utilizada por Goffman (2012), por exemplo. O fato é que na feira a galhofa está presente.

Nos despedimos e Seu Mariozinho me diz, “*Oh meu amor, vou te esperar no sábado*”. No meio da conversa combinamos de que eu voltaria no sábado próximo para ajudá-lo na venda!

Sigo meu caminho andando pela feira. Abaixo, para melhor situar o leitor, segue um pequeno mapa, feito à mão pela pesquisadora, da feira do Guamá.

⁶ Como no original: “[...] is meant [...] a relation between two persons in which one is by custom permitted, and in some instances required, to tease or make fun of the other, who in turn is required to take no offence.” (RADCLIFFE-BROWN, 1952; 90)

Figura 1: mapa do epicentro da feira do Guamá, o cruzamento com a Av. José Bonifácio com a Av. Barão de Igarapé Miri e a Passagem Mucajás.



Fonte: pesquisadora.

Os sons ao redor se elevam e dissipam os diálogos. Novamente o carro-som se aproxima, lentamente, convidando para a festa no Poupilho: “*Fox Sabadão. Quinta Top dos Djs, com a volta dos Juntos e Misturados. É no Poupilho pra galera... olha só quem faz a festa... Fox Sabadão...*”. Não sei ao certo se é uma gravação ou se há um locutor que fala ali na hora.

Sigo caminhando, imersa em tantas informações, em tantos sons e ruídos, prosseguindo minha etnografia que se pretende sensível, sensorial (PINK, 2011), atentando para o fato de que, no Poupilho, o Fox Sabadão promove a Quinta Top dos DJs. Perdida ainda, sem entender se, num sábado a vir, a Quinta Top ocorrerá ou se seria o contrário: seria numa quinta-feira, igualmente a vir, que o Fox Sabadão fará a sua festa. Tanto faz, penso: será num dia qualquer... como naquele sábado em que estava – era um sábado – ou como no sábado, a vir, também ele, no qual o seu Mariozinho, prometia me esperar:

“*Oh meu amor, vou te esperar no sábado*”.

Um dia qualquer na feira, penso. Um dia qualquer em Belém do Pará... É o título do filme de longa-metragem do cineasta Líbero Luxardo, de 1965, obra icônica de um cinema paraense do porvir, ele ainda sempre a vir; curiosamente, um filme de fundo etnográfico. Curiosamente, um filme que faz algumas imersões sensoriais, como numa cena em que os personagens frequentam uma festa de umbanda, ou nas cenas em que um veículo atravessa a cidade de Belém, refletindo-a nos seus vidros.

Reflico sobre o que significa, para mim – e para as pessoas que estão ao meu redor, na feira – a sensorialidade. E o que significa sensibilidade. Quando uso a palavra gosto não estou me referindo ao “gosto de alguém”, mas a esse gosto *qualquer*, esse gosto marcado pela sensorialidade e que não pretendo alcançar senão pela sensorialidade. O gosto de que falo não é o gosto do *cogito*, o gosto pensado como o percurso, intelectual ou sensível, de uma mente; mas sim o gosto comum, o traço (DERRIDA, 1994) presente na vida cotidiana e que está aí, lançado no mundo da vida, *taken for granted*, como diz Schutz (2012). Fenomenologicamente falando, o gosto é uma experiência sensível, sensorial, de sintonizar-se com o lugar; ele se faz a partir do reconhecimento da experiência sensível, imanente, do estar no mundo em um tempo e lugar.

Na minha etnografia sensorial utilizamos um pequeno gravador digital, sempre ligado. Porém, ouvir qualquer gravação, posteriormente, é sempre difícil, em função do acúmulo e da sobreposição de ruídos. Refiro-me a isso quando quero falar em gosto, sensorialidade, sensibilidade. Essa sobreposição de ruídos é característica das feiras. Mas não apenas esta sobreposição, mas, também, a sobreposição de odores, sabores, elementos táteis, visualidades e visibilidades, raciocínios e contas.

Percebo, também, que essa sensorialidade possui uma dimensão sinestésica, no sentido de que as sensações não se conformam “em grupo”, segundo os sentidos, mas sim “de uma só vez”, de maneira integral. Diz Le Breton (2016) que as sensações sinestésicas andam em par com o ambiente em que a pessoa está. Pallasmaa (2010) segue nessa mesma direção quando explica o que ocorre quando “mergulhamos” numa paisagem: “*a percepção periférica inconsciente transforma as formas retinianas em experiências espaciais e corporais. A visão periférica nos integra no espaço, enquanto a visão direcionada nos empurra...*»⁷ (PALLASMAA, 2010) para frente, mas é a visão periférica

⁷ Como no original: “*la perception périphérique inconsciente transforme les formes rétiniennes en expériences spatiales et corporelles. La vision périphérique nous intègre à l’espace, alors que la vision ciblée nous pousse dehors...* » (PALLASMAA, 2010)

que nos integra no ambiente. Imagens, sons, odores e tato corroboram para nosso envolvimento nesse tumultuado reino de cores e ruídos. Se não nos concentramos no que ali vamos fazer, somos levados pelo atordoamento frenético do ambiente.

Percebo que as experiências sensoriais a que estamos naturalmente submetidos quando mergulhamos na paisagem de um lugar, no caso, de uma feira, não constituem, por assim dizer, um mero acaso. Não são experiências ocasionais, ou ocorrências, meramente. Na verdade, elas estão disponíveis às pessoas ali presentes na sua vida cotidiana e são parte integrante das estratégias que essas pessoas utilizam na sua pragmática, no uso que fazem do mundo. Quero dizer que essas experiências sensoriais parecem estar presentes nas elaborações de mundo das pessoas.

Volto-me para o mercado conhecido como “o da carne”, pois é o prédio onde vende-se carne vermelha – embora bem mais se venda por lá. Continuo andando e ao atravessar esse primeiro corredor, dedicado à venda da carne vermelha, com toda sua voluptuosidade visual, odorífica e sonora promovida pelos elementos que o compõem – desemboco no pequeno espaço destinado à venda de frango, de um lado do corredor, e de peixe, do outro lado.

Volto pelo mesmo corredor e tomo o segundo corredor, destinado à venda de hortifrútiis, com alguns boxes dedicados a venda de ervas e produtos terapêuticos artesanais, como a copaíba, a andiroba, o banho de cheiro. Muita movimentação, um empurra-empurra. Parte do corredor é mal iluminado, em especial aquele destinado a venda desses produtos terapêuticos. Atravesso o primeiro corredor em perpendicular e chego na parte em que é destinado aos temperos e condimentos semi-industrializados ou manufaturados como o colorau, a pimenta do reino, e também os industrializados como o caldo Knorr, o Sazon, dentre outros. Algumas barracas seguem o padrão de somente vender esses produtos, outras vendem fósforos e pequenas quantidades de arroz, macarrão, ou outra coisa que possa incrementar suas vendas. Nessas barracas podemos comprar a pimenta do reino moída na hora, basta pedir. Entretanto, alguns vendedores já a tem moída e preparada em saquinhos; outros apesar de a terem moída, deixam-na em pequenas vasilhas indicando que a moedura é recente, e o produto é novo e está fresco.

Mas voltemo-nos para esse primeiro bloco de boxes, que invade a feira e é caracterizado pelos hortifrútiis. Esse bloco parece ocupar a metade da feira.

Figura 2: Corredor de hortifrúteis em 07 de novembro de 2015.



Fonte: Pesquisadora

Vamos observar melhor os boxes de hortifrutigranjeiros. A base desses boxes, com um metro de altura, é construída em concreto. Sua parte superior e suas laterais e coberturas são fabricadas em gradeado de ferro fino entrelaçado, no sentido de jogo da velha. O balcão é feito em cimento queimado, cinza. As grades pintadas acompanham o cinza do balcão. A abertura do box se dá pelo levantamento da grade da frente, que dá para o corredor, onde transitam os fregueses e frequentadores da feira, e é presa ao alto, como se fizesse uma coberta. Na verdade, não é uma coberta, mas um corredor de grades que perpassa acima dos feirantes e fregueses. Os boxes que ficam nas extremidades abrem-se também nas laterais, assim ampliando seu balcão e seu espaço de exibição dos produtos. O gradeado dos boxes de hortifrúteis é utilizado de maneira prática e criativa: serve não só de divisória e proteção, mas também de suporte para o feirante expor seus produtos, o que o faz com bastante maestria e criatividade. Sacos de frutas e verduras são

preparados e ali pendurados e expostos. Junto com eles, também são pendurados no gradeado santinhos, fitas de santos, patuás de boa sorte e proteção, enfeites e lembranças familiares, terços, e tudo o que evoque um pertencimento ao proprietário do box àquele seu espaço e a seu universo familiar, social. Geralmente no balcão onde são expostos os frutos e legumes, o feirante coloca uma tábua comprida, que dá suporte para a exposição do produto transformando o balcão em uma grande bandeja. Sua função é a de conferir ordem ao mundo dos produtos vendidos, não deixando o fruto ou legume escaparem e caírem ao chão. Serve, igualmente, como extensões feitas nos boxes para aumentá-los ligeiramente, trazendo-o para frente e ocupando discretamente o corredor.

Nos dias de sábado e domingo a fartura é mais evidente. Dificilmente encontramos um box fechado, o que pode ocorrer nas segundas e terças-feiras. Podemos observar, nas imagens abaixo, frutas e verduras penduradas em “esses” (Ss) ou ganchos; as bananas (Figura 2) formam um céu amarelo, ou seja, a coisa ‘amarela’; cor essa que Merleau-Ponty refere como tendo uma propriedade de transcender a ela mesma: “[...] *se supera: assim que se torna cor de iluminação, cor dominante do campo, ela deixa de ser tal cor, ela tem então de si uma função ontológica, ela torna-se apta a representar todas as coisas [...]*”⁸ (Merleau-Ponty, 1964: 271), assim ela torna-se um céu, uma dimensão, uma paisagem. Essa é a paisagem⁹ que é dada ao frequentador da feira e na qual ele interage recriando-a simultaneamente. Há um mergulho no ambiente, que se faz pelo visível nas coisas, e pelo invisível, nos odores, por exemplo, no tato com o ambiente, outro exemplo. Os frutos exalam odores; e as cores fortes dos mesmos invadem a visão. O nível de informação visual, sonora, odorífica, tátil, assim como de outros sentidos possíveis, é alto. Entrar na feira do Guamá é mergulhar em uma paisagem cultural (SAUER, 2004 In SILVA, 2017) atordoante de sentidos.

⁸ Como no original: « *se depasse d'elle même: dès qu'elle devient couleur d'éclairage, couleur dominante du champ, elle cesse d'être telle couleur, elle a donc de soi fonction ontologique, elle devient apte à représenter toutes choses [...]* » (Merleau-Ponty, 1964: 271)

⁹ Partilhamos da compreensão de paisagem de Barbara Bender que observa como nos integramos e vivenciamos a paisagem com todo o corpo e com todos os nossos sentidos, « [...] *les paysages [landscapes] ne sont pas que des objets de contemplation, ils sont aussi des contextes intimes de rencontres et d'interactions. Ils ne sont pas uniquement vus, ils sont aussi vécus à travers tous les sens* » (2002 : 136). Acrescentamos ainda a compreensão de Balée (2008: 09-23) que observa que a paisagem é uma construção cultural, seja esta construção física, à medida que a natureza sofre uma interferência física do homem; seja uma construção cultural, visto que a visão, ou o ato de olhar e pensar já transforma qualquer natureza em cultura. De que a paisagem é culturalmente construída, que também entendemos que vai em par com a Bender.

Figuras 3 e 4, respectivamente: corredor dos hortifrúteis em 04/12/2016.



Fonte: pesquisadora.

Peneiros, caixas e caixotes em madeira, papel e plástico invadem a feira. Apesar de a cada dia encontrarmos cada vez menos peneiros, eles ainda se fazem presentes. Outro elemento interessante são as formações de buquês de legumes, para sopas e cozidos, que invadem a feira. Eles estão presentes em quase todos os boxes de hortifrúti. Alguns feirantes preparam buquê de verduras e legumes e os deixam expostos encima desses caixotes, uma forma atrativa de chamar e cativar o possível freguês. O buquê geralmente é apetitoso e já prepara e induz o freguês a comprá-lo.

Esses buquês tomam evidência no box. Eles ficam logo em primeiro plano, na frente e tomando a lateral fronteira, ou seja, sobrepostos nos balcões ou suportes à frente dos boxes. Essa maneira de expor o produto, a forma como é mostrado e ofertado, portanto, toma um caráter decorativo no box, ou seja, um caráter estético. Não somente sua melhor face é ofertada, mas sua composição com os demais produtos e a forma como estes são expostos procuram cativar o possível freguês. Interessante observar que quem confecciona o buquê para a venda é aquele feirante que trabalha com algum tipo de folhagem. É a folhagem que dá a abertura e possibilita a construção em forma de cone, aberto, a mostrar os demais legumes; é a folhagem que faz a ‘cama’ para os demais legumes serem evidenciados; é ela que permite a existência do formato buquê e seu ‘florescimento’.

Figura 5: Buquê de dona Fátima em 7/11/2015.



Fonte: Pesquisadora

Observamos aqui a conjugação do buquê de dona Maria com legumes ofertados para o cozimento. Notemos o cariru ao fundo, o folharal verde escuro, os legumes e verduras, mais compactos que as folhas do cariru. Observemos que sobre as folhas do cariru estão colocados os legumes com cores diferentes da cor verde, fazendo assim sobressaltarem-se visualmente. As duas cenouras não foram colocadas juntas, as bandas das batatas estão separadas, o pedaço do jerimum dedicado ao buquê também fora dividido e separado no buquê. Note-se que quando a verdura é verde – como o maxixe e o quiabo, ou verde esbranquiçado – como o chuchu e o repolho, ela é colocada acima da verdura de cor, separada da cama feita de cariru, verde escuro. A composição ganha um tom mais vivo e inusitado com a presença da beterraba que, apesar de cortada, forma uma só parada visual contundente na imagem, devido a sua cor - vinho e quente - em relação às demais. Geralmente o feirante evita uma sobreposição de cores e tons iguais, o que apagaria a presença de um legume em relação ao outro, e diminuiria o impacto visual do buquê, ou seja, diminuiria seu poder de atração visual e de consumo.

A tentativa de dona Maria é dar volume e vida ao buquê, conferindo, por ser um buquê de legumes, apetência, suculência e desejo. O arranjo é colocado cercado pelos legumes que dona Maria vende. Esses legumes servem de base visual, de arcabouço e de pano de fundo no qual o buquê é contextualizado. O verde das folhagens é rompido pelo laranja da cenoura, pelo verde esbranquiçado do repolho e pelo amarelo alaranjado e

avermelhado das pimentas que, na cesta em que é ofertado, tem sua abertura voltada para o freguês; um convite à compra. Não só os legumes, mas a composição das cores procura induzir o freguês ao desejo de comê-lo.

Figura 6: Buquê de dona Conceição em 14 novembro 2015.



Fonte: pesquisadora

Outra prática muito comum na feira é a composição de sacos de verduras e legumes. Dificilmente encontramos um box que não utilize deste atrativo para mostrar e

vender seus produtos. A composição desses sacos é das mais variadas; no entanto há no arranjo do saco uma divisão clara. Podemos encontrar sacos somente com hortaliças para sopas e cozidos, outros somente com legumes que têm a função de tempero, como cebolas, tomates, pimentões e pimentinhas; outros sacos, ainda, tem uma composição homogênea; ou seja, são somente feitos de um só produto, seja de batata, seja de cebola, tomate, etc. Outras ainda são completamente misturados. A variedade e a oferta são grandes. Os tipos de sacos utilizados pelos feirantes para a exposição das hortaliças e dos frutos são geralmente os sacos em rede sanfonada, de cores branca e amarela. Estas cores são as disponibilizadas a eles pelos fabricantes desse tipo de saco. São utilizadas porque moldam melhor as verduras, não as machucam, também não as abafam promovendo a rápida decomposição natural do produto; e, ainda as colocam em evidência, não impedindo visualmente que sejam apreciados e comprados. Geralmente os sacos são compostos com as verduras mais pesadas embaixo e com as mais leves encima, os mais resistentes embaixo e os que podem amassar, em cima.

Figura 7: Box de dona Suely em 14/11/2015.



Fonte: pesquisadora

Quando o interesse é vender os legumes para um cozido de carne, naquele saco vão os legumes correspondentes para um cozido de carne. Se for para peixe, muda levemente o tipo e a quantidade de legumes em relação ao legume de carne. Ocorre o mesmo com a preparação dos buquês, só que o formato do buquê é um só. O feirante cuidadosamente vai colocando um por um dos legumes, e os organizando de acordo com o formato do saco que ele quer dar, ou a adequação do formato ao tipo de legume; ou comprido, ou mais arredondado. Observe as figuras 8 e 9 que seguem abaixo.

Figura 8: Box de dona Dina em 07/11/2015.



Fonte: pesquisadora.

Figura 9: Box na feira em 07/11/2015.



Fonte: pesquisadora

A voltinha nos sacos para fechá-los, o feirante, já com seus anos de feira, o faz com mestria, segurando o saco com u'a mão e com a outra batendo-o levemente, sem machucar os legumes, para que o saco gire, ficando mais fino e firme, facilitando a feitura do nó para o seu fechamento.

Essas técnicas são aprendidas e apreendidas no dia-a-dia, vendo, geralmente os outros, e fazendo por si próprio. Como foi o caso de dona Suely quando aprendeu a fazer buquê com a amiga e vizinha de feira. Essas técnicas constituem uma tessitura de saberes que vão se moldando às ferramentas – às mãos – do feirante; ele sabe como deve adentrar o legume com as mãos para que este não engate nas redes do saco, ajeitando-o em sua composição sem machucá-los, ou evitando que os legumes machuquem-se entre si; ele conhece a envergadura de cada movimento para que o produto não caia no chão, e assim se perca; ele conhece a força que deve aplicar na voltinha dada no saco para o seu fechamento, assim como no nó para o fechamento do saco. É todo um *savoir faire* que exige destreza e agilidade.

As plaquinhas feitas de papelão expõem os valores dos produtos ofertados; em especial daqueles conjuntos que já estão prontos para a venda, como os sacos preparados e expostos que ficam pendurados no gradeado do box, em ganchos em forma de Ss, ou em pregos colocados em tábuas que servem de suporte para a proteção do produto, encima de um caixote, ou ainda, sobre os produtos não ensacados encima do balcão do box. Observamos nas imagens acima a acuidade na qual foi cortado o papelão, assim como no

desenhado dos valores conferidos aos produtos. Notemos as cores das placas de preços em relação a cada produto, e em relação entre uma e outra, a maneira alternativa na qual as cores são colocadas nas placas e em relação aos produtos. A vivacidade na composição e na exposição desses elementos estimulam os sentidos através das cores e de suas composições.

Quando atravessamos os segundo e terceiro corredores dos hortifrúteis, e atravessamos o primeiro corredor em perpendicular, a feira muda de cor, e a paisagem muda quase de maneira abrupta. Ela torna-se cinzenta e branca; cinza é a cor dos boxes na sua parte superior. E branco é a cor da goma¹⁰, do coco aberto, da farinha de tapioca; o branco impera, porque diante do cinza ele se impõe a nossa percepção de maneira reluzente; reluzente talvez porque ele seja o que mais caracteriza o produto vendido: o branco da goma, o branco da farinha de tapioca, o branco do coco, o branco da macaxeira, e até mesmo o branco levemente amarelado da mandioca.... Esses são os produtos que devem ser vistos. Impera também o odor de azedinho da goma e da macaxeira.

Figura 10: Boxes do corredor do coco, goma e mandioca



Fonte: pesquisadora

Figura 11: Feirante coando a goma para a tapiquinha

¹⁰ Retirada da mandioca, a goma é um pó branco compacto resultado do resíduo do tucupi. Para ser utilizada deve ser lavada, secada e peneirada. É comumente sua utilização para a confecção da tapiquinha, uma espécie de panqueca (ou beiju) branca, e da goma do tacacá. Também é conhecida como uma espécie de polvilho doce. A mandioca “*é uma raiz de um arbusto do gênero Manihot e espécie Manihot esculenta Crantz*” (AGOSTINI, 2006; In LOBATO e RAVENA-CAÑETE, 2017)



Fonte: pesquisadora

Acrescentemos a esse cenário o vestuário da maioria dos feirantes desses boxes: quase todos usam toucas brancas; é raro encontrar um deles sem a touca. Quando os encontramos descobrimos que, geralmente, são parentes que estão ali para dar uma ajuda temporária e pontual. Esse grupo de feirantes, além da touca, ou estão usando uma roupa branca – camisa ou bata -, ou estão usando um avental branco. No entanto, é para o branco da goma que somos levados a olhar, a apreender aquela paisagem; e o restante quase se torna invisível. A goma, a rainha do lugar, é o produto, é a vedete daqueles boxes, e ela é colocada de tal maneira a mostra que todo o resto parece ser ofuscado. A composição daqueles boxes é branca. O que evoca higiene, limpeza. Esse ofuscamento de um elemento por outro também ocorre, em uma outra escala, na seção e nos boxes dos hortifrúteis; o box de hortifrúteis quase inexistente diante dos produtos expostos e ofertados, pois parece que ele foi assimilado, engolido pelos hortifrúteis, ou seja, pela maneira como aqueles produtos foram expostos.

Continuamos andando nesse mesmo terceiro corredor, envolvidos pelo odor de azedo da goma; o corredor é um pouco mais ‘vazio’, ou seja, tem menos a interferência dos feirantes e de seus produtos, pois os mesmos, diferente do que com mais frequência ocorre nos boxes dos hortifrúteis, estão todos no lado de dentro de seus boxes. Esse corredor é menos invadido pelos produtos à venda, é mais, digamos, institucionalizado: visualmente, perceptivelmente, os produtos estão dentro de seus “quadrados” e de lá não escapam; assim, o espaço destinado ao freguês, ao frequentador da feira, parece ser maior. Convém observar que este corredor, é majoritariamente ocupado por mulheres; os homens que ali se encontram estão acompanhados de suas mulheres, como é o caso de

dona Lorena que sempre está acompanhada pelo marido, seu Mário; Também de dona Soraya que, com frequência, em dias de intensa movimentação, está acompanhada por seu filho e/ou sobrinho.

Em seguida, ainda dentro do ambiente cinzento e branco adentramos a área dos peixeiros. Agora o branco que predomina é o branco das instalações, dos boxes, revestidos de azulejos brancos, e não mais dos produtos. Já o cinzento, desta vez, se deve ao produto, caracterizando a maioria dos peixes à venda e, também, para além do produto vendido, o alumínio das bandejas e da cor do gelo, que parece fazer a passagem do transparente ao branco e, daí, ao acinzentado. Se nossa percepção visual e odorífica sofre um impacto com essa mudança de ambiente, de um ambiente mais quente para um mais frio, a percepção sonora caminha no sentido oposto. A área dos hortifrúteis, apesar de densamente invadir nossos sentidos através da visão, seu odor, assim como a sua sonoridade polifônica, são baixas em relação à área do peixe, devido à altura e à separação entre os boxes, o que deixa o volume das vozes menos marcante, fazendo com que nossos sentidos, através das imagens, se exacerbem. E ocorre o oposto na área do peixe, onde odor e sonoridade podem quase ofuscar os demais sentidos tornando a visão um elemento de segunda ordem no inebriamento dos sentidos.

Figura 12: área do peixe em 03 novembro 2012.



Fonte: pesquisadora.

Figura 13: Área dos peixes e mariscos em 07/04/2017.



Fonte: pesquisadora.

Assim, podemos observar como as cores presentes na feira atuam na conformação do gosto e da interação. Falar sobre a presença sensorial da cor, e falar dela a partir de sua contextualização, deve ser contextualizada, pois sua presença sensorial geralmente é intraduzível. A cor faz parte do universo sensorial não racionalizante, mas sensitivo e cognitivo. Apesar de sensorial, sempre há um motivo na escolha da cor, um motivo que se racionaliza, mas que não se conforma de maneira homogênea, pois “*a expressividade da cor dependerá das funções que desempenhe*” (OSTROWER, 1983: 235), e a busca da expressividade é pessoal, social e circunstancial.

Se adentrarmos pela feira pelo primeiro corredor à direita, perpendicular à Av. José Bonifácio, adentramos a feira pelo corredor dos açougueiros. O ambiente branco é quase ofuscado pelo vermelho das carnes expostas. Assim, podemos observar as maneiras como os açougueiros arrumam a carne – a ênfase dada à parte mais sangrenta da carne, sempre melhor exposta ao freguês. A ênfase também dada à forma como a carne é cortada e pendurada, como ela é arrumada na bandeja do refrigerador. Dependendo do tipo de carne, sua gordura será evidenciada. A presença de refrigeradores também caracteriza o setor. O refrigerador do Seu Reis, por exemplo, se destaca, com seus 2 metros de altura. Os refrigeradores, a partir do novo mercado, passaram também desempenhar um papel de vitrines da carne. A maioria dos refrigeradores têm divisórias compostas por espaços

destinados às carnes que ficam penduradas, às carnes que devem ficar deitadas, e àquelas que devem ser colocadas em bandejas, como as carnes picadas ou moídas. Esses refrigeradores acabam por organizar visualmente a apresentação da carne, ou seja, além de atuarem como ambiente de conservação da carne, os refrigeradores atuam como vitrines da mesma. Podemos assinalar a maneira como o açougueiro amola a faca, com orgulho, ao colocar seu corpo alinhado, sua altivez, ao se deixar fotografar amolando a faca evocando o orgulho de seu *savoir-faire*.

Nas formas de vestir-se para viver/fazer a feira, seja no uso do avental ou da bata branca, presente entre os açougueiros, os peixeiros, dentre aqueles que vendem goma com suas toucas brancas – a cor aqui, apesar de colocada como neutra, no universo colorido da feira, sua aparente função é a de evocar higiene, mas essa higiene também é tomada como um objeto estético, pois evoca uma sensibilidade, o gosto comum sobre o qual falava acima.

Objetos e coisas lá utilizados: uso de peneiras, facas, cutelos, sacos de rede, sacos plásticos, jornais, caixas e caixotes, Ss, patuás, garrafas, fotografias, sacolas, objetos de sorte e que afastam mau olhado, rádios, ventiladores, os produtos à venda, as gambiarras elétricas, etc. Esses elementos, conformam a imagem que temos e fazemos da feira. São elementos que ocupam os espaços físicos, visuais, sonoros, olfativos dos boxes e da feira. Esses elementos interagem tanto com o sujeito que o utiliza, como entre eles.

Esses elementos, essas gambiarras, assim como a própria feira já foram diversas vezes colocadas em evidência por artistas plásticos como Marinaldo Santos, Emanuel Nassar¹¹, dentre outros. Essas apropriações do cotidiano ordinário, como o da feira, feita pelo universo da arte evidencia, em nosso entendimento, o poder da banalidade na construção do imaginário e, portanto, da intersubjetividade (SCHUTZ, 2012). Se esse poder da banalidade está presente naquele que vê a feira como um ambiente exótico; esse poder, em nosso entendimento, se fazia mais profundo naquele que a banaliza por conta dessa quotidianidade.

A ideia de intersubjetividade (SCHUTZ, 2012) me parece apropriada para descrever a experiência etnográfica – e descrever, para si mesma, senão para os outros, o

¹¹ Marinaldo Santos e Emanuel Nassar são artistas plásticos paraenses que desenvolveram obras de arte que evidenciam essas gambiarras, não necessariamente nas feiras, mas na vida cotidiana do paraense, como eles colocam. Suas obras evidenciam referências da quotidianidade do paraense, do ribeirinho, do universo urbano da cidade de Belém, evidenciando as gambiarras encontradas nessas vivências como discute Castro (2011).

que é a experiência etnográfica, constitui uma tarefa imperiosa, para quem percorreu muitos caminhos antes de chegar à antropologia. Intersubjetividade, termo que nos vem da fenomenologia, consiste naquilo que pode ser compreendido como uma experiência sensível comum. É o ponto de união cognitiva entre os indivíduos, aquilo permite que os dois sintam algo de maneira semelhante em relação a alguma coisa que está no mundo. A ideia de intersubjetividade me permitiu chegar perto das pessoas que compunham aquilo que, na pesquisa de campo era, para mim, alteridade, de uma maneira mais cognitiva. Dizendo de outra maneira, esse conceito permitiu que pudesse compreender o fazer da etnografia como uma experiência sensível.

Não sendo antropóloga de formação, procurei entender a tarefa de fazer etnografia da melhor forma possível, e pensar nela como um compreender a compreensão que me antecede, me ajudou bastante. Não obstante, logo também percebi que não se trata, apenas de compreender outra compreensão, porque no exercício desse ato, também acabamos, em primeiro lugar, por interpretar e, em o fazendo, em segundo lugar, por provocar novas compreensões e interpretações nesse « outro ». A compreensão não é, de forma alguma, uma tarefa estática; é sempre o meio de um caminho – ou melhor, o meio percurso do círculo hermenêutico (GADAMER, 2006; RICOEUR, 1973), sempre em processo de se produzir e de se completar.

Assim, compreendemos que quando fazemos nossa etnografia estamos fazendo aquilo que Pink (2012), chama de etnografia sensorial, que também equivale àquela etnografia que, ao produzir conhecimento (PEIRANO, 1995; MAGNANI, 2009), se utiliza dos sentidos para apreender e aprender e, assim, interpretar.

A partir do que foi colocado acima, partilhamos do pensamento de Laplantine (2017) de que

O verdadeiro objeto-sujeito da antropologia, isto é, antes de tudo a etnografia, sempre foram as emoções. A experiência de campo é uma experiência de compartilhar o sensível. Nós observamos, nós ouvimos, nós falamos com os outros, compartilhamos sua própria culinária, nós tentamos sentir com eles o que eles sentem.¹² (LAPLANTINE, 2007 : 11).

¹² Como no original : « *Le véritable objet-sujet de l'anthropologie, c'est-à-dire d'abord de l'ethnographie, a toujours été les émotions. L'expérience du terrain est une expérience du partage du sensible. Nous observons, nous écoutons, nous parlons avec les autres, nous partageons leur propre cuisine, nous essayons de ressentir avec eux ce qu'ils éprouvent* » (LAPLANTINE, 2007 : 11). Trad. Livre da pesquisadora.

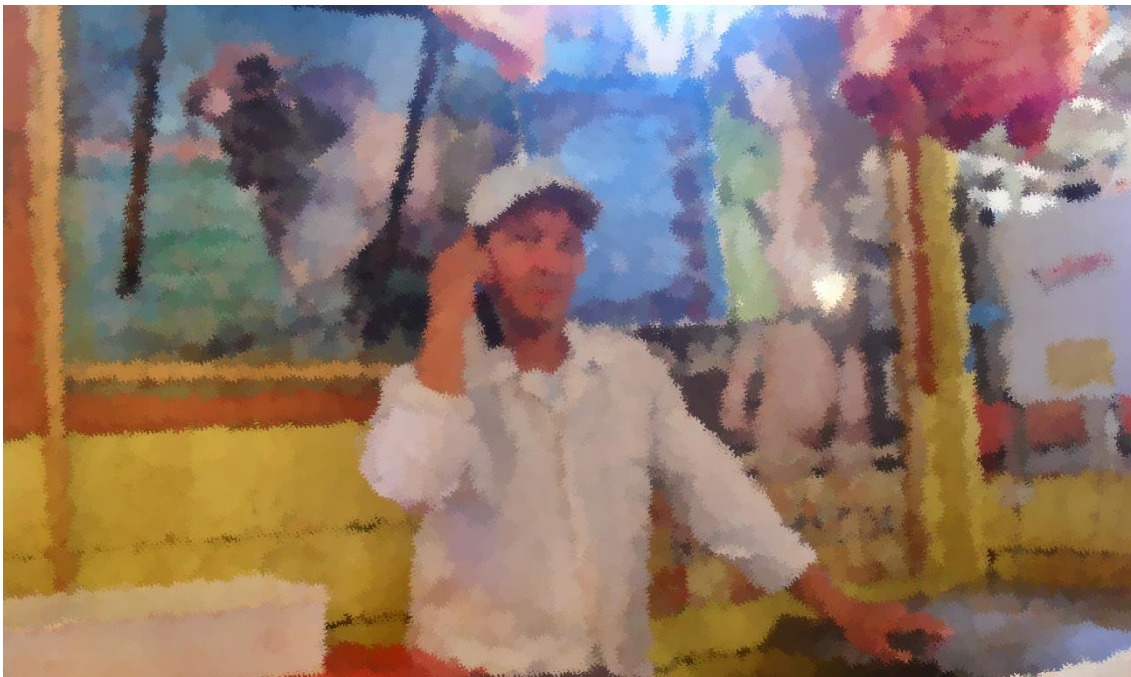
Da mesma maneira partilhamos do pensamento de Howes e Marcoux (2006) no que diz respeito ao sensível, autores que a partir de uma leitura de Laplantine, “*Le social et le sensible: introduction à une anthropologie modale*”, observam que o termo sensível

[...] é usado para designar a vida das sensações: as relações que mantemos com as três famílias de sons (a voz, os ruídos e a música que é do som organizado), com os cheiros, os gostos, as percepções visuais e táteis. É este último sentido que nós retemos.¹³ (HOWES, MARCOUX, 2006: 7).

Com apoio dessas proposições, continuemos nossa caminhada pela feira do Guamá. Nesse percurso percebemos um outro elemento que se faz presente em muitos boxes: as placas, cartazes, dizeres, mensagens, imagens e desenhos que os feirantes afixam em seus boxes. Dizeres de caráter religioso, político, afetivo, social... “O Senhor é meu Pastor, nada me faltará”, por exemplo. Ou o cartaz de uma revista masculina na qual uma ex-BBB estava de costas, em biquíni, em uma pose que evidenciava certa ou promessa de sua nudez, no interior da revista. Esses dois “dizeres”, embora aparentemente paradoxais, por seu caráter religioso e laico - ou sagrado e profano - eram visíveis, no entanto, num mesmo box. Na verdade, ainda outros “dizeres” se faziam presentes no mesmo espaço. Ao lado deste cartaz da ex-BBB, que cobria um quarto da parede de fundo, encontramos a imagem de um boi, da marca nelore. E, entre as duas imagens, mas colocada bem acima delas, em sobreposição, estava a oração de São Francisco de Assis. O box se constrói enquanto uma instalação de sentidos, seu significado extrapola o significado isolado dos objetos e coisas ali expostos, que ultrapassam o caráter de comercialização, mas que evidenciam as valorações de quem as produz e a vê. Reproduzimos, abaixo, uma imagem desse espaço:

Figura 14: Área do açougue, quando o mercado passava pela revitalização, em 13 de agosto de 2011.

¹³ Como no original : «[...] est utilisé pour désigner la vie des sensations: les relations que nous entretenons avec les trois familles de sons (la voix, les bruits et la musique qui est du son organisé), avec les odeurs, les goûts, les perceptions visuelles et tactiles. C’est ce dernier sens que nous retenons.» (HOWES, MARCOUX, 2006: 7) Trad. Livre da pesquisadora.



Fonte: pesquisadora.¹⁴

Podemos perceber os sentidos através da materialidade, ou, ainda, da cultura material do lugar. Importante observar que não temos aqui o objetivo de tratar da cultura material tal como tratou os trabalhos desenvolvidos no Departamento de Antropologia do *University College London*, através de Daniel Miller (2009), Chris Tilley (2002, 2013), Suzana Kischner (2013). Mais a frente abordaremos a questão da cultura material no que concerne a feira.

Compreendemos que o gosto é um vetor de reciprocidades¹⁵. Compreendemos o gosto enquanto afinidade eletiva – aquela afinidade que corresponde não a uma razão lógica, mas a uma razão subjetiva, a uma razão emocional que se constrói no tempo e no espaço, ao longo das vivências. Portanto, não se trata de bom ou mau gosto, o gosto é sempre o resultado de interações que se conformam a partir de uma vivência cultural. Importante observar que quando falamos em vivência cultural não estamos falando de

¹⁴ Apesar da imagem estar desfocada, podemos observar os cartazes atrás do feirante que está ao telefone celular. Podemos ver que a sua direita está um grande cartaz com a imagem de um boi de marca nelore; a sua esquerda está uma moça de biquíni preto, de costas para o expectador; e entre as duas imagens está a oração de São Francisco de Assis. A imagem em que está a oração é a de um cartaz que tem como imagem um pergaminho desenrolado com a oração em si. A imagem segue desfocada pois não consegui reencontrar este feirante para pedir sua autorização para o uso da imagem de sua pessoa.

¹⁵ De fato, o princípio de reciprocidade é mais global e contempla também a reciprocidade negativa (a de vingança) e a reciprocidade simétrica. Neste sentido mais geral, tal conceito pode ser definido como uma relação mútua reversível entre dois sujeitos. (Sabourin, 2008: 137)

algo uniforme, muito ao contrário, estamos falando de algo diverso, diferente, ambíguo; estamos falando do igual e do diferente com se relacionam; estamos falando do velho e do novo, do de dentro e do de fora, do tradicional, do popular, do elitismo, de tudo que dialoga, pois um não existe sem o outro, mesmo na linguagem, menos ainda na vivência.

Entendemos, portanto, o gosto enquanto um processo que é constituído continuamente em sociedade. Processo este,

realizado nos indivíduos, que condicionam sua existência enquanto sociedade – não como causas antecedentes no tempo desse resultado, mas sim como processos parciais dessa síntese que nós, de maneira condensada, denominamos “sociedade” (SIMMEL, 2013: 656).

Ou seja, o gosto é uma forma de expressão que evoca a capacidade de entendimento sensível do entorno, da experiência; é a capacidade de resposta do indivíduo a essas vivências e experiências que o indivíduo dar-se a si e ao mundo no seu processo interativo. É uma maneira através da qual o indivíduo dar-se ao mundo, coloca-se no mundo, apresenta-se, dá-se a ver, a sentir, a existir. Desta maneira já podemos considerar que só as palavras não dão conta da complexidade da linguagem, da comunicação ou, ainda, da interação (PINK, 2012; HOWES, 2013; LE BRETON, 2016; LAPLANTINE, 2017);

As relações sintagmáticas não se efetuam na descontinuidade da língua (re)cortada abstratamente em uma pluralidade de unidades anteriores (as palavras), mas em uma continuidade do fluxo da *linguagem*. O movimento, e mais precisamente as *múltiplas* transformações do corpo, podem então ser consideradas, assim como frase, não mais como enunciados, mas como processos de enunciação. Precisamos aqui que não se trata, para nós, de reduzir processos físicos a uma linguagem falada, e ainda menos escrita.¹⁶ (LAPLANTINE, 2017: 41).

Desta maneira, não procuro reduzir a linguagem à língua. Mas a toda forma de expressão dos sujeitos estudados, passando, como já foi considerado, pela percepção dos sentidos em um lugar em movimento onde, quotidianamente, se elabora uma forma social, uma maneira de interagir e de se estar junto.

¹⁶ Como no original : « *Les relations syntagmatiques ne s’effectuent pas dans la discontinuité de la langue découpé abstraitement en une pluralité d’unités préalable (les mots), mais dans une continuité du flux du langage. Le mouvement, et plus précisément les multiples transformations du corps, peuvent alors être considérés, à l’instar de la phrase, non plus comme des énoncés mais comme des processus d’énonciation. Précisons ici qu’il n’est nullement question pour nous de réduire des processus physiques à un langage parlé et encore moins écrite.* » (LAPLANTINE, 2017: 41). Trad. Livre da pesquisadora.

Da mesma forma, como veremos no transcorrer deste trabalho, não estamos aqui para evidenciar as observações e notas “*perfeitamente identificadas (em detrimento dos ‘barulhos’), as caras fotogênicas, cores ousadas, ..., em detrimento da continuidade de cores mais “indecisas” e oscilando ...*”¹⁷ (LAPLANTINE, 2017: 75). Não estamos aqui para evidenciar o que o senso comum quer ouvir sobre o belo a partir de uma perspectiva clássica, do que está na feira. Queremos falar das ranhuras, daquilo que percebemos através dos sentidos, ainda que os termos escritos aqui tenham, no senso comum, um valor negativo. Convém informar que, nosso objetivo não é, e nem será, de fazer qualquer julgamento de valor à vivência experienciada na feira pelos seus frequentadores; no entanto, sabemos que ideia e valor são, como aponta Dumont (1983), inseparáveis e somente os aproximando é que podemos chegar mais próximo das sociedades – e eu diria, das interações – estudadas.

1.2 Apresentação do objeto: a sensibilidade na feira

Estamos convencidos de que quanto mais rica for a diversidade de versões que a história da disciplina nos proporcione, tanto mais satisfatória poderá ser a nossa compreensão, uma vez que ela estará abrangendo não uma perspectiva, mas uma multiplicidade delas, onde se inclui naturalmente a nossa própria, de portadores de uma dada “cultura científica” ... (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2003: 83)

Desejamos discutir, com esta tese, de que maneira a experiência social sensível e partilhada, essa intersubjetividade (SCHUTZ, 2012) que também pode ser chamada de sensibilidade, ou de gosto comum, contribui para a conformação de formas sociais (SIMMEL, 2006). O espaço social que utilizamos, ou melhor, que vivenciamos, para fazer essa discussão, é uma feira popular, localizada no bairro mais populoso da cidade de Belém, estado do Pará, na Amazônia brasileira. Por meio de uma etnografia dessa feira, a feira do Guamá, buscamos compreender o papel do gostar-junto, da partilha de sensibilidades, para o processo de sociação, que, como Simmel (2006) descreve, é

¹⁷ No original : « *dignes d’intérêt les notes parfaitement identifiées (au détrimet des ‘bruits’), les visages photogéniques, les couleurs franches comme le rouge flamboyant ou le bleu marine, ou détrimet de la continuité de couleurs plus « indécisés » oscilant entre le rouge et le bleu, comme le mauve et le grenat.* » (LAPLANTINE, 2017: 75).

conformado pelo adensamento das relações sociais através de formas, ou melhor, de estruturas cognitivas intersubjetivamente, socialmente, compartilhadas.

Assim, quando falamos em sensibilidade, buscamos referir não a experiência particular de um indivíduo, tampouco o estado de atenção que alguém tem em relação a alguma coisa, no sentido de *ser sensível* a isso, ou àquilo. Referimo-nos a uma experiência social de partilha de referenciais de gosto, de sentir-junto-com-outros, de partilhar de um mesmo conjunto de vivências sensíveis. Trata-se, como acima colocamos, de uma experiência intersubjetiva, no sentido que o referencial fenomenológico, particularmente Schutz (2012) e Ricoeur (1973), dão a esse termo; ou seja, como substrato da vida cotidiana.

É a partir desse referencial que buscamos compreender o gosto, a sensibilidade, como forma social (SIMMEL, 2006) e, conseqüentemente, como mecanismo da socialização (SIMMEL, 2006). A esse propósito, esclarecemos que seguimos o pensamento de Simmel segundo o qual *sociação* é o processo fundamental da vida social, a interação geral entre os indivíduos, que toma diferenciadas formas sociais (SIMMEL, 2006: 60). Assim, entendemos a *sociação* como o mecanismo de produção de vínculo (ver SIMMEL 1983; 1999; 2006; e CASTRO, 2017; CASTRO e CASTRO, 2017), discussão que faremos mais à frente nesta tese.

Dizendo de outro modo, indagamos sobre qual o papel das sensibilidades na conformação das interações na vida social: como ela se constrói, se desenvolve e corrobora para a socialização e, eventualmente, para a coesão social, gerando reciprocidades e relações de pertencimento. Desta maneira, procuraremos entender como as sensibilidades engendram maneiras de se estar junto e, conseqüentemente, reciprocidades, conformando assim formas sociais.

Buscamos, em síntese, entender o papel das sensibilidades e sua conformação em uma feira, a segunda maior feira da capital paraense, segundo os comerciantes que nela trabalham.

Nosso primeiro objetivo é compreender como, através das sensibilidades e percepções, as pessoas estabelecem relações, constroem reciprocidades e partilham de uma forma de estar no mundo. Buscamos compreender quais são os elementos que arquitetam essas sensibilidades vivenciadas em comum; como eles evidenciam, se combinam, se integram e desintegram, e interagem; de que forma, através de que materialidade essas sensibilidades, ou gostos, estão presentes na cultura material na feira; de como as pessoas que frequentam a feira estabelecem relações entre si e com o meio

social circundante; e, enfim, de como essa sensibilidade se manifesta na cultura material presente na feira e evoca uma sensibilidade comum ou uma intersubjetividade.

Fui à feira, desde o primeiro momento, desejando compreender essa sensibilidade, entender o bom, o agradável, o positivo, o belo, o prazeroso de lá estar e de lá trabalhar. O que me leva à feira é a vontade de captar instantes vividos, vivenciados, experienciados.... é compreender as interações sociais, compreender os valores do outro, daqueles que estão no mundo junto com os meus. É também experimentar o diferente; ver e saber o que o outro come, que cheiro e aparência tem, como ele se organiza, o que ali é vendido, e o que eu posso experimentar. É aquilo que Velho diz ser “*um dos encantos do fazer antropológico*” (2003: 8).

Deste modo, tudo que pretendo salientar desse universo tem algo de pessoal, talvez tenha mais do pesquisador, no discurso que escrevemos sobre o outro, neste processo de alteridade, do que de fato do outro, do pesquisado. Assim, a descrição, acredito, está entre o eu e o outro, está na alteridade (PEIRANO, 1995; GOLDMAN, 2003; MAGNANI, 2009), pois sem o outro não existiria essa alteridade da qual pretendemos falar e, nem mesmo a reflexão sobre ela. E é nessa intersecção que este trabalho poderá aqui estar presente, afinal, compreendemos, como Cardoso de Oliveira “*que não se pode prescrever a experiência em nome de um conceito ‘a priori’ de causalidade.*” (2003: 50). Da mesma forma, compreendemos, com Brunshvicg, citado por Cardoso de Oliveira, que temos, ao contrário disso, que “*consultar a experiência tal qual é, pedindo-lhe que nos oriente através da diversidade de concepções que as gerações sucessivas tiveram da causalidade*” (BRUNSHVICG, 1949: VII In CARDOSO DE OLIVEIRA, 2003: 50).

Ao estabelecer meus primeiros diálogos com os feirantes e demais frequentadores da feira, pergunto para eles qual é o gosto da feira. A princípio eles não entendem direito minha questão, mas, depois, conversando, pergunto do que eles mais gostam ou não gostam da feira. As perguntas não ocorrem de maneira objetiva, elas vão variando em densidade, entonação e contornos, de acordo com a interação do pesquisador com aquele que está sendo interpelado; varia de acordo com a entonação, o interesse e a disponibilidade do interpelado, e essa variação é expressa seja através das palavras, seja através das expressões que meu interlocutor utiliza, seja na minha necessidade de cativar para podermos estender nossa compreensão na tentativa de captarmos o que o outro sente, fala ou tenta falar. Nossa interpretação começa aí, pois partilhamos da compreensão de

Le Breton de que “*Não há verdade da floresta, mas uma grande variedade de percepções sobre isso de acordo com os ângulos de abordagem, expectativas, afiliações sociais e culturais*”¹⁸ (LE BRETON, 2007: 50), procuramos fazer com que essa interpretação esteja vinculada, ou seja o resultado, de um processo de alteridade mútuo entre o pesquisador e o outro, tendo consciência de que ali, o pesquisador é o outro. Um processo de alteridade permeado pelos sentidos.

Assim, pergunto para dona Silvana o que ela mais gosta na feira. “*Ah minha filha, eu já tô aqui há mais de 30 anos!*”¹⁹. Ao me dizer isso, percebo que dona Silvana quer me sintetizar toda sua vivência de mundo ali na feira. Sei que não é tudo. A sua fisionomia e o tom de sua voz me dizem que sem aquilo ela já não consegue viver; como se estivesse acostumada naquilo. Mas ela continua “*Só carregando esse carro pra lá pra Paulo Cícero, pra lá e pra cá, pra lá e pra cá! Tô até com a bexiga baixa de tanto carregar! ... Só agora eu consegui esse box... 30 ano eu carregando!*”²⁰. A simpatia de dona Silvana é contagiante. Ela para com seu carrinho de mão novo em folha, brilhando, para me dar atenção. Ganhou o carrinho da filha, que também conseguiu o box no interior do complexo dos industrializados, junto à administração, para que ela pudesse guardar sua mercadoria e parar de ir e voltar para a casa, diariamente, sob sol e chuva, com toda a mercadoria que vende.

Adoro trabalhar na feira... tem cheiro bom de frutas, comidas.... Adoro trabalhar nisso. Aí vem os universitários e vende pra gente! Tem roupas boas que a gente tira pra gente... eles vendem a 2, 3 reais... roupas boas, brinquedos, eu pego e levo pra minhas netas.... Eu já tô velha, 55 anos. Fiz uma inscrição numa fábrica de sabonete [na Phebo], mas não fui chamada... dá pra tirar o do almoço. ” (Dona Silvana, 18 janeiro 2017).

Quando dona Silvana me fala da feira, ela me fala também com as expressões de seu rosto, de seu corpo e com a entonação de sua voz. Do odor das frutas ao prazer da comida; ela desloca levemente a cabeça para trás, inclinada para a direita; para falar que já “*está velha*”, franze todo o rosto e volta a cabeça levemente para baixo e para a esquerda; vai falando, se movimento de acordo com seu trabalho e sua atenção para comigo. Consegue fazer as duas coisas ao mesmo tempo. Me dá atenção e carrega sua

¹⁸ Como no original: “*Il n’y a pas de vérité de la forêt, mais une multitude de perceptions à son propos selon les angles d’approche, les attentes, les appartenances sociales et culturelles* » (LE BRETON, 2007: 50).

¹⁹ Dona Silvana, em entrevista em 18 janeiro 2017.

²⁰ Ibid.

mercadoria no carrinho. Enquanto trabalha, dona Silvana abraça as roupas que vende, muitas delas já surradas e rotas, mas ao me falar e me evidenciar a proximidade que ela tem com sua mercadoria, os movimentos me evocam uma intimidade com aquele universo de roupas usadas e, também, queridas. Observo que a mesma atenção e cortesia com a qual dona Silvana me trata, ela trata sua mercadoria, aquelas roupas. O apalpar, o passar de mão, o toque. Vai arrumando-as enquanto conversa comigo.

Noto que um cachorro acompanha dona Silvana. Pergunto de quem se trata... “Ah minha filha, ele não me larga...”²¹ De fato, todas as vezes que fui à feira e que dona Silvana lá estava trabalhando, o cachorro estava lá, sentado ou dormindo na calçada, em meio das roupas, por vezes mais coladinho, por vezes mais afastado; mas já não é um só cachorro, são vários.

Figura 15: Pechincha da dona Silvana com seus animais em 18 janeiro 2017.



Fonte: pesquisadora.

Além de seu trabalho cotidiano na feira, dia de sexta-feira, dona Silvana, junto com algumas amigas recolhem animais da rua e levam para castrar no posto da prefeitura que fica “... lá na Zoonoses, na Augusto Montenegro”²². Já apressada, ela se despede de mim dizendo que já está atrasada. Eu sigo para a área de hortifrúteis.

²¹ Dona Silvana, em entrevista em 18 janeiro 2017.

²² Dona Silvana, em entrevista em 18 janeiro 2017.

Chego no corredor de hortifrúti e falo com dona Socorro que está muito ocupada, separando algumas batatas que acabaram de chegar e arrumando seu box. Não quer me dar muita confiança naquele momento. Viro-me e encontro um senhor que trabalha em frente a dona Socorro, e descubro que é seu cunhado. Aos poucos fico sabendo que dos nove irmãos do marido de dona Socorro pelo menos sete trabalham ali, uns de maneira mais sistemática, outros de vez enquanto, ‘*quando a coisa aperta*’, me diz seu Éder de uma maneira como se não dissesse. A família de seu Éder - marido de dona Socorro -, nasceu e se criou na feira, quase todos trabalham por lá quando a coisa aperta, são nove irmãos. Seu Éder fala sem parar de se movimentar, para aqui e acolá, sacudindo e arrumando os legumes que vende. Dos parentes que ali trabalham ou trabalharam, quem já lá não está, por lá já passou em algum momento; e quando alguém fica desempregado, volta. A feira é sempre uma fonte de renda, um espaço aberto por aquele que já a teve enquanto meio de sustento. Pergunto para seu Henrique, o cunhado de dona Socorro, que está vendendo alguns frutos e hortaliças ao lado, do que ele gosta na feira, “*Pra mulher bonita eu faço tudo... só não faço pra macho... só não posso parar*”²³. E, como seu Éder, seu Henrique também não para de se movimentar. O que mais gosta é “*das mulher bonita que passa*”²⁴. Seu Henrique tem os cabelos negros e cacheados, quase à altura do ombro. Os cabelos são bem arrumados em cachos, não há um único fio solto em sua cabeleira, e ele, ao falar, mexe a cabeça com graça e desenvoltura, seus cachos vão de um lado para o outro sem perderem um só fio. Percebo um certo orgulho em seu Henrique em possuir aquela cabeleira farta, negra e bem arrumada em cachos quase simétricos com aparência de que passou algum produto para deixá-los brilhosos e bem arrumados, sem que o vento e o movimento possam atrapalhar os fios. Enquanto eu sempre encontro seu Éder sem camisa e short, com os cabelos, também, em cachos, mas desalinhados, encontro sempre seu Henrique com camisa, bermuda – mais comprida do que os shorts de seu Éder²⁵, e com o cabelo bem arrumado. Irmão que tem o mesmo tipo físico, trabalham no mesmo

²³ Seu Henrique, em entrevista em 24 março 2016.

²⁴ Ibid.

²⁵ No transcurso da pesquisa, seu Henrique e seu Éder foram mortos, segundo os feirantes, pela milícia do carro prata; aquele carro – preto ou prata - que passa em bairros não centrais de Belém, ditos por alguns como bairros violentos, geralmente aos finais de semana. Não só entre os feirantes do Guamá, como também outros interlocutores, de outros bairros não centrais de Belém, como o Bengui, a Pratinha, me relataram ocorridos similares em seus bairros.

lugar, vendem as mesmas coisas, são próximos não só ali na feira, moram próximos e, da forma como dialogam, partilham de uma vida juntos.

Naquele momento, sentia que estava tateando, procurando compreender o que estou procurando, sem ainda meus futuros pressupostos teóricos. Encontro Gilson que trabalha na barraca que era da avó – e ainda se encontra no nome desta. *Gosto... (pensativo) do pessoal, dos amigos que eu tenho aqui. Tô acostumado...*²⁶ Mas pergunto se há algo de especial que ele goste ali, pensativo Gilson coloca que gosta de arrumar seu box, mas detesta quando um freguês desarruma, principalmente aqueles *pirangueiros* que, ao mexerem,

...amassam, amassam, amassam tudo e não compram. Já até sei... Tem freguês que é chato e freguês que é bacana. Freguês compra... e num fica... amassando.... Ainda agorinha veio uma aqui.... Ela veio 3 vezes já aqui, amassou, amassou, amassou, foi pra li, e voltou... amassou, amassou e foi pra li.... três vezes já. (Gilson, 12 setembro 2015)²⁷

Gilson me conta indignado, irritado, e imitando esses *pirangueiros*²⁸, leva às mãos aos maços de cheiro verde que vende, pega um, pega outro, sacode, vira e revira, cheira, falando e dobrando a boca no sentido inverso ao riso, evidenciando desgosto e desprezo pelo *pirangueiro*. Quanto a arrumação, gosta de estar a arrumar tudo encima e, depois da venda coloca tudo embaixo e tranca para o outro dia. Me observa que depois da reforma ficou mais fácil manter tudo arrumado e devidamente guardado, pois antes, dentro do mercado de carne, onde ele tem seu box, eram colocadas barracas improvisadas, mal-ajambradas e não padronizadas (Gilson, em entrevista em dezembro de 2016), e que era difícil manter tudo arrumado porque podia dar bicho, e que naquela arrumação ficava tudo mais desarrumado. Noto certa satisfação e gosto de Gilson em poder arrumar e desarrumar seu box para a venda, pois agora desarrumar não é ficar tudo “*mal*

²⁶ Seu Gilson, em entrevista em 12 setembro 2015.

²⁷ Gilson hoje trabalha há mais de oitos anos na feira, mas não me especifica o tempo, vendia em seu box basicamente cheiro verde, chicória, cebolinha e salsa, aos poucos passou a vender tomate, couve, cenoura. Só eu já o conheço há 6 anos. Em frente a seu box, na lateral, trabalha sua irmã, Guiomar, juntamente com sua mãe e tio. Em entrevista no dia 12 setembro 2015.

²⁸ Perguntei a Gilson o que é *pirangueiro*: “Ah, aquele que fica *pirangando*, chorando, pra gente baixar o preço enquanto pega, cheira, revira tudo... um real num quer pagar. Num quer pagar nada! ”. Ibid.

guardado”²⁹ embaixo do box, mas ficar também bem guardado e arrumado embaixo do box.

Mais à frente encontro dona Carmem, falante e com ar de felicidade diz se sentir feliz de trabalhar na feira; gosta de gente, de falar com um e com outro. Gosta de trabalhar com a população, “*Tem umas que são bacana, tem umas que são grosseiras..., mas se a gente tem problema em casa, como mãe de família; na feira a gente esquece tudo.*” Dona Carmem, que é evangélica, diz que o diabo tá sempre ao lado, “*e faz a gente se entristecer, e na feira a gente se diverte e esquece tudo! A distração é boa.*”³⁰

Saio do setor das hortaliças procurando onde posso sentir o conforto de ser bem acolhida para continuar minhas conversas. Encontro com Célia, da mercearia, e um cheiro de charque me invade os sentidos. Seguido as primeiras apresentações e me sentindo acolhida, também lanço minhas questões a procura do gosto “*Gosto de vir, né?! , as vezes tem muitos amigos que são bacana, a comunicação é boa, né?! Aí eu gosto de vir pra feira.*”³¹

Nem sempre a conversa rende tanto. Alguns daqueles que entrevisto se colocam de maneira mais reservada, o que, no meu entendimento, seria uma característica pessoal, e evito ser mais intrusiva, aguardando o momento adequado para um aprofundamento, seja na relação seja nas minhas interpelações. Procuro buscar um equilíbrio para deixar meu interlocutor tranquilo, até porque sei que ali vou voltar e preciso construir uma relação de simpatia. Mas observo que a maioria entende o gostar enquanto uma sensação do bom, do agradável, principalmente pela via afetiva.

Sigo em direção ao peixe. Vou entregar alguns pacotinhos de biscoito que fiz para alguns amigos e pessoas queridas da feira, uma maneira que encontrei de desejar Feliz Natal. Uma feirante me chama, e diz que lembra de mim desde 2011, perguntando se eu lembrava disso. Dona Marina, faz questão de falar seu nome completo, sem me olhar, com a cabeça levemente levantada, o que vejo de uma grande faceirice, de um

²⁹ Seu Gilson, em entrevista no dia 12 setembro 2015.

³⁰ Dona Carmem, assim como Ezequiel, possuem, até o momento dessas entrevistas, apenas um box, ambos vendem cheiro verde, chicória, salsa, em resumo, vegetais para tempero; seus boxes não aparentam ser tão recheado de mercadoria. Aparentemente parece que estão ali para ganharem apenas um trocado. Apenas o necessário para uma parca sobrevivência. Essas duas entrevistas foram feitas em 02 outubro de 2012, mas conforme os anos de pesquisa foram passando, Gilson adquiriu um segundo box, e dona Carmem permanece com um único box.

³¹ Dona Célia, em entrevista concedida em 18 setembro 2012.

grande prazer em apresentar-se. Sim, dona Marina vende camarão fresco, é a segunda mulher que vejo ali, na área dos peixeiros, depois de Jota. Falante e alegre me pede para eu bater uma foto dela. Não compreendi como eu ainda não a conhecia; mas acho que andava tão absorvida pelo que eu fazia, interagindo com outras pessoas ali, que não conseguia dar conta de tudo e de todos. E ainda não consigo. Ela já trabalha na feira há 27 anos, e o que ela mais gosta é de vender. Pergunto qual o sabor da feira, ela, não guardando a faceirice, me responde que o sabor da feira é uma “*delícia*”, a feira tem o “*cheiro do Pará*”; o som da feira “*é o povo falando, vendendo...*”³². O que poderia tirar da feira, para dona Marina, é o aparelho de som lá fora, que atrapalha as vendas. Mas a festa dentro da feira é maravilhosa. Ela me deseja feliz Natal, nos despedimos, pois para ela nossa conversa já terminou e, depois de bem apresentar-se compreendo a despedida já que “*é necessário que cada membro evite destruir a fachada dos outros*” (GOFFMAN, 2012: 47) e não querendo, naquele momento exigir mais do que dona Marina pode me dar, segui. Observo nessa entrevista que dona Marina tem limites para me encenar algo. Ela já falou o que queria e, com gentileza e discretamente, me manda seguir. Evoco Goffman (2012; 2013) e as máscaras sociais; aquelas máscaras não propositalmente, mas aquelas que evocamos e usamos de acordo com nossa conveniência e disposição.

Apesar de percebê-la com um rosto bem fechado, me aventuro a entrevistar a senhora dos descartáveis. Até 2015 ela era a única que vendia descartáveis, a retalho, dentro do mercado de carne, quando perdeu seu monopólio para Fátima, que possui um box, bem menor que o seu, no setor da mercearia onde vende somente descartáveis. Ao aproximar-me, com a desculpa de entregar a foto que havia tirado de dona Lulu, pergunto-lhe o que ela mais gosta na feira. E me surpreendo com a forma e o palavreado largo e solto no qual ela se coloca. “*Gosto do pessoal, da sacanagem, do alvoroço, vixi! Tem dias que é um alvoroço, barulho daqui, barulho dali, grito, berro.*” E pergunto, ‘e dia de sábado é mais frenético?’ , “*É, um alvoroço. Tem uns domingo que é alvoroço e tem outros domingo que é mais calmo.*”³³ Dona Lulu não para, sinto que o melhor é deixá-la, pois se a maneira com a qual ela se colocou foi mais larga, até então, do que os demais, ela se mostra bem concentrada no seu trabalho, e não para de se movimentar e de vender.

³² Dona Marina, em entrevista concedida no dia 07 abril 2017.

³³ Dona Lulu, em entrevista realizada no dia 02 de outubro de 2012.

Interessante notar que pelos mesmos motivos que dona Lulu diz gostar da feira, leva dona Lorena a não gostar da feira. Seu Mário, seu marido, diz que ali não é lugar para qualquer um, em especial para pessoas como a esposa dele, dona Lorena, que é muito sensível. “*Lá (referindo-se a feira) tem muito barulho e perturba muito a cabeça das pessoas*”³⁴. Interessante observar a percepção de ambos os feirantes, dona Lulu e Seu Mário, assim como dona Lorena, sobre a feira. São percepções opostas. Aquilo que é agradável, por seu barulho e sacanagem³⁵, para dona Lulu, é um defeito e um problema para seu Mário e dona Lorena.

Sigo em direção aos açougueiros e recebo uma boa acolhida no box de seu Reinaldo, o Rei da Carne. Trabalham ali três pessoas, Sr. Reinaldo, que é o proprietário do box; Domingos, funcionário de seu Reinaldo; e seu Maurício, sobrinho que de vez enquanto vai trabalhar no box para dar u’a mão para seu Reinaldo. Conversa vai e vem, seu Maurício está a limpar e cortar um bom pedaço de carne, vai separando as peles da carne e jogando-as para seu lado direito; os pedaços que formam bifês, para o seu lado esquerdo. Como ele está usando uma mesa de corte, colocada na lateral direita do box, mas que dá para a frente - justamente o espaço que não tem nenhum tipo de refrigerador e que, portanto, é onde fica a porta de entrada e saída do box -, quem ali está fica mais próximo do freguês, visto que no caso do box de Seu Reinaldo são os refrigeradores que fazem a divisão entre a parte interior do box e o corredor por onde andam os fregueses. Um dos refrigeradores tem mais de 2m de altura, e o outro cerca de 1m40. Desta maneira, e assim mais próximo de mim, estabeleço com mais proximidade uma conversa com seu Maurício, pois fora daquele espaço temos todos que levantar nossas cabeças e falar alto, para sermos entendidos, o que dificulta um contato mais próximo. Pergunto do que ela mais gosta dali.

Eu gosto do meu tio... [fala aos risos, e entrevejo ali o riso da sinceridade, do prazer].

De trabalhar em açougue... porque é algo que, eu gosto... não posso nem elaborar muito, porque eu gosto mesmo... de desmanchar carne... já desmanchei... e coloca um pedaço de carne à parte.

³⁴ Dona Lorena, em entrevista no dia 29 de maio de 2017.

³⁵ Importante observar que as palavras barulho e sacanagem aqui não têm, no contexto, nenhum valor negativo. Pelo contrário, em minha conversa com dona Lulu, em meu entendimento, ela utilizou os termos, particularmente a palavra “sacanagem” como um sinônimo de brincadeira; as vezes uma brincadeira mais pesada, mas também engraçada. Esse termo também foi utilizado por outros feirantes no mesmo sentido, como por exemplo seu Mariozinho, vendedor de CDs e DVDs.

O que me deixa feliz, eu vou ser sincero é tá trabalhando, é tá do lado daquele preto ali. [E aponta para Domingos, que mal nos olha com um sorriso tímido nos lábios.] Esse aqui é o dono, aquele lá é o sub dono... e risos. Eu não sou dono de nada... quando ele me chama... é meu tio, mas é mau (muitos risos) eles se divertem, eles se divertem comigo... se distrair é muito bacana... (Seu Maurício, 12 setembro 2012).

Todas ali continuam a atender. Seu Reinaldo e Domingos parecem deixar seu Maurício livre para confabular comigo. Mas, apesar de continuarem a atender, estão com um olho nos fregueses, mas o outro em mim, mais precisamente na nossa conversa; acompanham tudo, com pequenos sorrisos e expressões de pequenos prazeres. Lembro de Mauss (1991) e do conceito tão falado na antropologia, a dádiva³⁶. Sim, damo-nos ali, damo-nos uns aos outros pequenos prazeres nas formas de palavras, expressões, e tantos outros elementos que nos permitem trocar e, ao trocar, interagir. E ao interagir geramos sociações (SIMMEL, 1981, 1999, 2006). É neste momento que vejo que há um gosto na feira, e que ele está presente no momento do prazer e do desprazer e, quiçá, no momento ou no estado do insípido e do imponderável. Porque é neste momento que pude captar a partilha, não somente através do que seu Maurício me falou sobre o gostar de ali estar e seus porquês, mas porque pude perceber a relação que se estabelecia entre os três, e quiçá, aos quatro – comigo incluso – no momento daquela interação. Prazeres que, se puderam estar presentes, foi porque estávamos partilhando um gosto, um determinado gosto em ali estarmos juntos dividindo aquela vivência. Aqui não posso negar a subjetividade de seu Maurício e de sua história (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2003); não posso domesticar, enquadrar em conceitos o que ele vivenciou e o que experienciamos ali, seria reduzir a experiência antropológica e etnográfica. Mas posso intuir e tentar delinear, de maneira turva, acredito.

Com o tempo fui ganhando novos espaços na feira, o que quer dizer que a cada vez que ali eu ia, uma fronteira eu avançava, eu conquistava. Não uma conquista sobre eles, que retirasse algo deles ou dali; mas uma conquista a partir de minhas próprias limitações e deficiências; um superar-me. Uma conquista que na verdade significava que eu havia me auto superado, a cada dia um passo, para vencer àquelas limitações e deficiências. Conquista também diante da necessidade de seduzir para poder obter, junto a eles, uma relação que me proporcionasse a aproximação e, quiçá, a compreensão

³⁶ Aquela de “*caráter voluntário, por assim dizer, aparentemente livre e gratuito, mas em verdade obrigado e interessado*” (MAUSS, 1991: 147)

daquilo que eu pretendia. Assim, saí do mercado de carne, atravessei a rua, e fui em direção às vendedoras de pechincha que ficam na Av. José Bonifácio, na calçada em frente à loja de material de construção. O lugar me evocou uma balbúrdia de gente e de comércio misturados; não sabia quem vendia e quem comprava, mas aos poucos fui entendendo que, quanto maior era a minha impressão de balbúrdia, mais farta me parecia a venda, ou melhor, a troca. Nos dias calmos as reclamações das vendedoras de pechincha se faziam sempre presentes; portanto, aquilo que me parecia balbúrdia era o melhor para a venda que ali se fazia. Para termos uma vaga ideia do que significa aquela feira, nela trabalham pessoas que vem de Icoaraci, Ananindeua, Outeiro, Jurunas, Aguas Lindas, de bairros distantes, para trabalharem ali. São feirantes que vivem e dependem da feira do Guamá. Quando pergunto para Mariana porque ela não vende na feira do Jurunas, onde mora, ele me responde “*Aqui eu ainda vendo, lá eu não vendia era nada!*”³⁷ Me fala em um tom meio amargo, com certa raiva daquilo que fazia no Jurunas, da venda naquele local “*Não vendia era nada!*”³⁸.

Ver, pegar, aproximar todo o corpo e a mente foi e é um encontro intenso, porque você leva seus sentidos – olhar, cheirar, tocar, e, principalmente, partilhar aquele estar. Sentei-me entre as duas vendedoras que naquele dia se encontravam ali, Madalena e Vanessa, no batente da loja de material de construção, uma beirada possível, visto que logo às nossas costas estavam os latões de tintas à venda, empilhados uns sobre os outros. Era um espaço que o dono da loja e demais funcionários acabavam concedendo para os vendedores de pechincha descansarem ou passarem seu tempo. As duas, a princípio, me parecem ter o mesmo perfil, desconfiadas, caladas, mas gentis. Mal começamos uma conversa e Vanessa levanta-se para atender uma freguesa. Assim fico com Madalena que, conforme o tempo vai passando, conforme vamos trocando impressões banais, ela vai me relatando um pouco daquilo que procuro,

Mana, porque, eu... eu assim, o que eu gosta... porque na verdade eu venho trabalhar para cá, é pra mim... para eu adquirir o alimento lá pra casa, entendeu?! Aí compra as coisas para levar... porque eu tô com a minha mãe... que eu moro com a minha mãe... e a minha mão tá doente, aí eu que tenho que... moro com ela e tenho mais dois filhos, né?! Então eu praticamente sou pai e mãe deles, aí quer dizer com a minha mãe doente, muito doente, aí eu tenho que vim trabalha pra cá para eu

³⁷ Mariana em entrevista à pesquisadora em 06 de abril de 2016.

³⁸ Ibid.

compra o alimento pra leva, entendeu?! É isso que... (Mariana em 21 dezembro de 2016).

Quando pergunto qual o gosto da feira, ela me diz:

eu gosto de trabalha aqui, gosto muito... até porque os problemas que eu tô passando na minha vida, aqui me distrai muito [a ênfase em algumas palavras é bem maior, como em muuuuito] sabe, muito mesmo. Porque só deus sabe o que eu tô passando na minha vida... agora eu tava conversando com ela [e olha para a amiga que já levantou, mas está próxima] que a gente tem mesmo que se....se.... olhar para deus, né?! Falar para deus o que a gente tá passando, o que tá acontecendo na nossa vida... então eu tô passando por um momento aí muito difícil. Sabe, muito difícil... financeiro, com enfermidade... é que a minha mãe está muito doente... ela tá toda inchada... tá um caos lá em casa... (Mariana em 21 dezembro de 2016).

A venda, a necessidade, a fome, o prazer, o encontro, a conversa, o estar ali começavam a tomar uma forma à minha percepção, fui aqui e ali na feira, tateando, procurando compreender do que eles partilhavam – muitas vezes sem o saberem - e porque para ali iam, muitas vezes com grande vigor, com uma necessidade que estaria para além da material, de suprir algo físico, como a fome, a necessidade de ganhar dinheiro; mas pareciam se abalizar em escolhas subjetivas que acalentassem algo de imaterial para a escolha de ali estar.

De repente muita gente acerca-se das roupas e Madalena também sai para atender. Fico afastada olhando a movimentação, pois já são quase dez da manhã e o movimento está mais intenso. Chegam duas moças, Darle e Mari, que vieram trocar um vestido comprado da Vanessa; não vieram para devolver, mas dá para trocar. Enquanto Darle discutia e via as outras peças que poderia levar de Vanessa, Mari sentou-se ao meu lado ao azar; estava vago o lugar, e ela não queria esperar a amiga, que demorava muita nas escolhas, em pé. Assim pude estabelecer uma conversa com ela.

Mari está com um vestido preto, em elastano, todo rendado. Quem a vê, de vestido preto, todo rendado, saia rodada, em elastano que, mesmo cobrindo o ombro, é todo vazado, deixando este de fora, podemos dizer que Mari está pronta para um evento noturno, tal é o grau de sofisticação na sua indumentária. Mas é apenas uma quarta feira, 10h da manhã, quando ela foi à feira com a amiga para comprar alguns produtos; dentre essas coisas que se faz na feira, fora também trocar um vestido na pechincha da esquina da José Bonifácio com a Barão. Procuro superar o meu espanto, ou o meu sentimento de desventura, do sem-sentido que me toma. E as vezes não tenho a menor vontade de falar

quando me ocorre esse espantamento ou estranhamento, o encontro com o outro, que, mesmo o aceitando em toda a sua integridade, eu preciso me aceitar e superar, e nesse processo provocar uma fusão de horizontes (RICOUER, 1973), meu e deles, do meu passado e do que me construiu com o que vivo agora, para superar o impasse que o preconceito surgido no encontro com o outro (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2003) possa tornar-se consciente ao pesquisador [eu] e assim possa vir a ser superado, pois, partilho do pensamento de Cardoso de Oliveira quando coloca que

No meu entendimento, a chamada antropologia polifônica – na qual teoricamente se oferece espaço para as vozes de todos os atores do cenário etnográfico – remete, sobretudo, para a responsabilidade específica da voz do antropólogo, autor do discurso próprio da disciplina, que não pode ficar obscurecido ou substituído pelas transcrições das falas dos entrevistados (Cardoso de Oliveira, 2006: 30).

Enquanto conversamos, a amiga de Mari aproxima-se trazendo um sapato, seminovo, rosa-vinho, bonito; queria que Mari o visse e a ajudasse na escolha. Olham, trocam algumas palavras, nada evidente, olhares e gestos se impõe entre elas. Volta na direção das roupas estendidas acima de um tecido no chão, próximo a vala. Minutos depois volta trazendo mais um vestido, rosa, em tafetá, revestido na parte que cobre o busto com flores feito à mão, em alto relevo, uma espécie de brocado, a saia é justa, e o vestido deve acompanhar o feitiço do corpo. É um vestido que deve ser usado em um evento, aniversário, Natal... elas não me falam, quase me ignoram ali ao lado. A amiga elogia o vestido, mas diz que vai ficar grande..., mas em aparente oposição coloca

... vai ficar curto...

... mas tem bainha... dá pra aumentar a bainha... olha, vira o vestido...

... Só que o outro é muito mais bonito! ”

Não, tá claro aqui... não tem uma mancha aqui... num vai saí...³⁹

Se olham... olham o vestido.... Olham a mancha.... Falo, “*Será que isso não sai?*” Não me dão confiança... há um diálogo triangular quase silencioso, com pequenas interjeições... pergunto, mas o pensamento segue longe, elas continuam sem me dar

³⁹ Diálogo entre Mari e Darle no dia 21 dezembro 2016.

atenção... os olhares, as frases cortadas, as interjeições, as expressões faciais e corporais acabam falando sobre esse gostar e esse gosto.

Il n'existe pas, en effet, de comportements corporels en dehors d'expériences qui sont celles de la temporalité. Ces dernières peuvent être extrêmement tributaires du passé (...) mais aussi tendues vers un avenir (...). Il n'existe pas de corporéité en soi mais des actes oscillant entre le ralenti et l'accélééré, des actes susceptibles de se répéter mais aussi de s'improviser chaque fois de manière singulière. (Laplantine, 2017: 39).

Assim, observamos que essa comunicação é uma coisa mais sentida, mais intuída.... Há um conjunto de elementos no diálogo que funcionam combinando-se, olhares, expressões faciais e corporais, expressões faladas, interjeições; tudo isto junto para se decidir se se fica com o sapato e com o vestido.

A amiga deixa-nos novamente e volta para o conjunto de roupas ofertadas na calçada à beira da vala. Ficamos por volta de uns três metros em relação às roupas. Eu observando e querendo tirar mais informações delas. Já estamos a sós novamente, e pergunto para Mari do que ela mais gosta na feira, “*O que eu mais gosto?* [pensativa, mas nem tanto]. De *comprar!*”⁴⁰. Joga levemente a cabeça e o cabelo na diagonal para sua direita e para trás e para cima, os ombros acompanham levemente, ela o faz a partir de modos de socialização aceitos (LAPLANTINE 2017); ela dialoga comigo também através de seus trejeitos corporais e expressões.

Vanessa, Madalena, e todos aqueles que citei acima são aqueles heróis anônimos dos quais Certeau fala “... *anônimo que vem de longe. É o murmúrio das sociedades. De todo o tempo, anterior aos textos. Nem os espera. Zomba deles. Mas, nas representações escritas, vai progredindo. Pouco a pouco ocupa o centro de nossas cenas científicas.* ” (CERTEAU, 1994: 57)

Assim, andando pela feira, conversando, me experienciando através da vivência do outro, aprendi o que Cardoso de Oliveira observa sobre a transformação do tempo, mas do tempo do pesquisador, aquele tempo apreendido e aprendido, a

interiorização do ‘tempo’ não significa outra coisa que a admissão tácita pelo pesquisador hermenêuta de que a sua posição histórica [social, política, de classe] jamais é anulada; ao contrário, ela é resgatada como condição do conhecimento. Conhecimento que, abdicando de toda objetividade positivista, realiza-se no próprio ato de “tradução”. É a

⁴⁰ Mari, em 21 dezembro 2016.

“fusão de horizontes” de que fala a filosofia de um Gadamer ou de um Ricouer⁴¹ (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2003: 21).

Somente o tempo com minha ida contínua à feira, ao fazer a feira, me ajudaram a despir-me dos preconceitos inerentes a minha formação; ainda assim, cada tempo de pesquisa, de reflexão, em cada ida, se fazia uma conquista do pesquisador na tradução da qual Cardoso de Oliveira (2003) se refere; pois do ato de experienciar para o ato de vivenciar há a necessidade do tempo; e só ele, o tempo, provoca essa fusão de horizontes entre o eu, do pesquisador, e o outro.

⁴¹ As remarcas com aspas no interior do texto são remarcas feitas pelo autor.

Capítulo 2

Descrição factual dos lugares e personagens da feira

2.1 Apresentação do campo: o complexo da feira do Guamá

Factualmente, ou seja, a partir de uma leitura material e ordinária de meu campo de pesquisa, procurarei evidenciar o que é este campo através de suas materialidades, daquilo que se dá a ver a quem passa ou vai corriqueiramente à feira do Guamá. Desta maneira, compreendo a feira do Guamá como aquele amplo espaço que compreende as axes perpendiculares e estendidas das avenidas José Bonifácio e Barão de Igarapé Miri com a passagem Mucajás. O epicentro deste encontro são os mercados do “Complexo de Abastecimento do Guamá”, espaço conhecido como o ‘mercado da carne’, o ‘mercado da farinha’ e o ‘complexo de industrializados’, este um anexo do mercado da farinha.

Importante salientar que, apesar de compreendermos que “*O conhecimento do espaço é sinestésico, ele mistura a todo instante a totalidade da sensorialidade*” (LE BRETON, 2016: 23), abrimos um espaço neste capítulo no esforço de transformar em texto nossa percepção efetiva daquele lugar. Pois, se pretendo partilhar aqui minhas impressões, procurarei evidenciar a materialidade daquele lugar de maneira precisamente factual, deixando claro a existência de uma modelação entre o eu, que escreve, e aquilo que é vivenciado; resultando neste texto.

A partir das colocações dos feirantes ao falarem sobre esses espaços, e, principalmente, por uma questão didática para se compreender melhor aquele espaço, tomei a iniciativa de dividir aqui aqueles lugares que conformam a feira, em três mercados, ou complexos, que são espaços distintos inserido em um cruzamento de ruas com grande tráfego de automóveis e pessoas e com um amplo número de estabelecimentos comerciais nos logradouros adjacentes.

O primeiro mercado do qual vou falar é o “mercado novo” – em relação ao primeiro e antigo mercado, que hoje é ocupado pela farinha -, ou “mercado da carne”,

que abriga dez áreas⁴² de comercialização, e que após a reforma realizada pela prefeitura de Belém, entre 2010 e 2012, ganhou o nome de “Complexo de Abastecimento do Guamá”, quando foi entregue, já revitalizado, de volta aos feirantes. Este é o mercado onde concentram-se os feirantes que vendem carne, pescado, hortifrútis, frango, coco seco, goma, temperos e ervas, camarão fresco e seco, caranguejo, alimentação em geral, e a chamada mercearia – onde se vendem produtos industrializados, ou seja, enlatados, cigarros, tudo aquilo que passa por algum tipo de industrialização antes de chegar ao consumidor.

O segundo mercado, aquele se fica no antigo prédio do mercado do Guamá, foi destinado à venda da farinha depois da implementação do mercado de carne, em frente e na sua diagonal, primeiramente; mas hoje divide aquele espaço com os produtos industrializados e com uma casa lotérica, além de uma lanchonete. Foi o primeiro prédio construído para abrigar a feira do Guamá, ainda nos anos de 1950. Alguns feirantes o chamam de Complexo da Farinha.

O terceiro mercado – um anexo ao prédio da farinha - é destinado à venda de roupas, somente roupas e acessórios são permitidos vender neste espaço, apesar de encontrarmos alguns poucos boxes destinados a mercadorias outras, como eletroeletrônicos, produtos de esmaltaria, brinquedos, sapatos e bijuterias; no entanto, encontramos apenas um box para cada um desses produtos, o que veremos mais detalhadamente a frente. Este espaço também é conhecido como Complexo de Industrializados. Na imagem abaixo mostro a área geral da feira, na qual esses espaços estão distribuídos:

Figura 16, 17 e 18: Fotografia panorâmica do epicentro da feira do Guamá; esquina da Av. José Bonifácio com a Passagem Mucajás, à esquerda; e a Av. Barão de Igarapé Miri à direita. Fotografia registrada a partir da esquina do mercado da farinha que está do lado esquerdo, em cor bege. Em 12 março 2018.



⁴² Área é como os feirantes chamam para a concentração de mercadorias de um só tipo, exemplo, área do coco; área do peixe, área dos hortifrútis, etc.



Fonte: Pesquisadora.

Figura 19: Registro feito a partir do mesmo local da imagem anterior; no entanto a ênfase aqui está na Av. Barão de Igarapé Miri, do lado esquerdo da imagem. Em 12 março 2018.



Fonte: Pesquisadora.

Figura 20: Fotografia panorâmica do epicentro da feira do Guamá; esquina da Av. José Bonifácio (a frente) com a Passagem Mucajás à esquerda, e a Av. Barão de Igarapé Miri à direita. Em 12 março 2018.



Fonte: Pesquisadora

Figura 21: Esquina da Av. José Bonifácio com a Passagem Mucajás. Registro feito a partir da calçada do Centro de Atendimento ao Cidadão; antigo SACI. Em 12 março 2018.



Fonte: pesquisadora.

Figuras 22, 23, 24: Esquina da Av. José Bonifácio com a Av. Barão de Igarapé Miri. Registro feito a partir da calçada da loja de materiais de construção. Em 12 março 2018.



Fonte: Pesquisadora.

O bairro do Guamá possui áreas em dois dos distritos administrativos do município de Belém, o Distrito Administrativo Guamá (Dágua) e o Distrito Administrativo Belém (Dabel)⁴³. Seus limites físicos o situam na fronteira com os bairros de São Brás e de Canudos, ao Norte – onde fica situada a rodoviária da cidade; com o rio Guamá, ao sul - onde ficam situadas as ilhas do Combu e Murutucu, dentre outras menores, habitadas por população ribeirinha; à leste com o canal do Tucunduba⁴⁴, e, assim, com o bairro da Terra Firme; e, a oeste, com os bairros da Cremação e Condor.

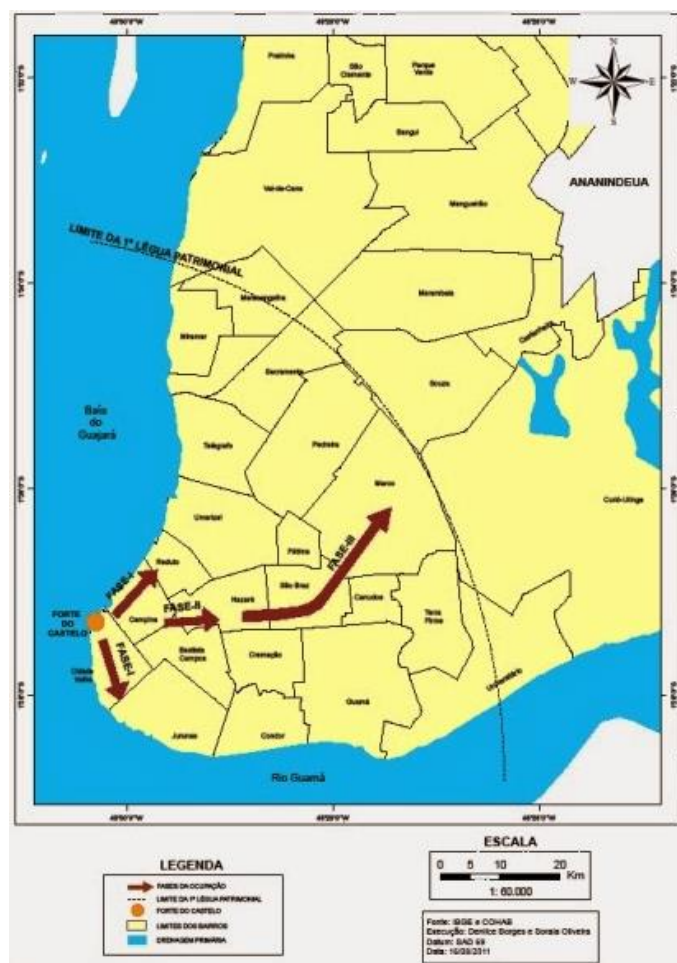
⁴³ A divisão de Belém em oito distritos administrativos foi estabelecida Lei Municipal nº 7.603 de 13 de janeiro de 1993. Ver Anuário administrativo de Belém, 2012.

⁴⁴ O bairro faz parte da bacia do Tucunduba: a “*Bacia do Tucunduba, formada pelos bairros: Universitário, Terra Firme, Guamá e parte de Canudos e Marco, em estudos de amostra, detectou a presença da bactéria Escherichia, causadora de doenças como a disenteria, cólera e a febre tifoide. As águas do sistema aquífero Barreiras, as mais utilizadas na área, apresentaram valores anômalos de Ferro e Nitrato. Os principais problemas que esses altos teores podem causar são manchas em roupas, sabor metálico, incrustações nas bombas d’água, ferrugem, entre outros. A presença de Nitrato, contudo, não é uma característica natural. Pode estar associada à contaminação por dejetos orgânicos, como ocorre quando o poço é escavado às proximidades de esgotos ou fossas.*” (In Diagnóstico da Área e das Atividades Turísticas do Polo Belém – PA. / Ministério do Turismo. Paratur. Belém: Expansão Gestão em Educação e Eventos, 2009.)

Desta forma, podemos observar no mapa abaixo que o bairro do Guamá encontra-se na intersecção entre os pontos de entrada da cidade, por onde chegam e confluem migrantes – seja através da rodoviária localizada ao norte; seja através do rio, localizado ao sul.

Na carta abaixo podemos observar a divisão em bairros da cidade de Belém, o marco do limite da primeira légua patrimonial em semicírculo e a localização do bairro do Guamá, o segundo maior bairro dentro da primeira légua de Belém, com 4.175.366,80m²⁴⁵, menor apenas que o bairro do Marco.

Figura 25: Mapa de Belém indicando o limite da 1ª Légua Patrimonial.



Fonte: ABELÉM, A. G. (1989), In Luiz Henrique Gusmão, <http://geocartografiadigital.blogspot.com.br/2013/10/belem-pa-bairros-mais-populosos-em-1960.html> Consultado em 20 abril 2017.

Entendemos lugar, seguindo o pensamento de Augé (1994: 73), como um espaço identitário, relacional e histórico, portanto pleno de sentidos; enquanto que o espaço estaria, desta maneira, ainda vazio, esperando por ser construindo de sentidos. Assim, o

⁴⁵ Anuário Estatístico do Município de Belém – 2011; 1-1 CARACTERIZAÇÃO DO TERRITÓRIO, p. 07.

lugar seria o espaço criado pelos sentidos, o espaço com referencial. O lugar feira tem linguagens e paisagens composta de sentidos geradas dentro de uma porção maior, o espaço; ou, ainda, podemos apontar o lugar enquanto um espaço de vivências. Não obstante, não quero fazer crer aqui que o lugar não interfira na criação do espaço, a feira ou o mercado, e que o espaço, não vá influenciar na criação do lugar. O conceito é apenas uma maneira de construirmos discursivamente, colocando o preto sobre o branco, daquilo que tentamos elucidar. No entanto, também compreendo lugar enquanto um tempo elástico (CASEY, 1996), pois na fala do feirante encontramos a elasticidade do tempo quando ele fala da materialidade daquele lugar, tornando suas bordas e limites manchados pelas lembranças, onde há uma maleabilidade na construção do lugar que vivenciam; onde o ontem e o hoje podem se sobrepor imagetivamente nas narrativas dos feirantes.

Os feirantes quando falam da feira, do que era, do lugar que ali ocupavam, onde trabalhavam, descrevem um lugar que imagino, e passo a conhecer imagetivamente a partir de suas narrativas, a partir da descrição deles, mas que não enxergo com esses olhos materiais, enxergo com outros provocados pela imaginação, um lugar de afeto, de luta e de conquista. Assim, um lugar que evoca movimento (INGOLD 2008), onde vários lugares e onde vários acontecimentos se entrelaçam (INGOLD, 2012: 29); que, ao mesmo tempo, que é aquele que vemos, é outro que imaginamos, baseado nas vivências de quem narra. Um lugar que se estrutura a partir da vivência de cada um. Observamos isso na fala do Seu João que hoje vende roupa e frequenta a feira desde sua infância, há mais de 30 anos; na fala da dona Erundina que vende farinha, e que está na feira “*desde que a gente ficava ali, na lama, na rua*”⁴⁶, me apontando com a boca; na fala do Seu Rafael, que há mais de 40 anos anda pela feira – este, apesar de hoje não mais trabalhar diretamente lá na feira do Guamá, sua mulher e demais familiares lá trabalham. Na fala de dona Celeste que vende verdura e há mais de 20 anos está por lá.

Como já observei anteriormente, a feira do Guamá possui três mercados cobertos; o mais antigo, que hoje é o mercado voltado para a venda da farinha; o anexo ao prédio da farinha, voltado à venda de roupas e acessórios; e o mercado dito da carne, mais recente, datado de meados da década de 1980 - antiga sede de festas foi comprado pela prefeitura de Belém para abrigar o mercado do Guamá, pois o antigo mercado, o

⁴⁶ Entrevista concedida em 19 fevereiro 2017.

prédio da farinha, já não respondia às necessidades dos feirantes e da população que o frequentava.

Mas, se o mercado é esta parte coberta, onde se realizam trocas comerciais, o “*lugar de venda de gêneros alimentícios e outros; povoação em que há grande movimento comercial [...]*” (BUENO, 1983: 720); a feira é onde se realiza a “[...] *venda de mercadoria ao ar livre, em vias públicas etc., em determinado dia da semana [...]*” (BUENO, 1983: 484); entendemos aqui que ambos os termos, feira e mercado, referem-se a um lugar de venda, de troca comercial e simbólica; no entanto, a feira se espalha, seja fisicamente, seja simbolicamente, ou no imaginário de quem a vivencia, tendo seus limites fluidos, visto ela realizar-se em vias públicas; assim a feira envolve e compreende o mercado, esse espaço fechado. Portanto, trabalharei com ambos, mercado e feira enquanto sinônimos, pois assim é aplicado também na academia (Cf. LOBATO e RAVENA-CAÑETE, 2015) além dessa perspectiva ter sido trazida, ao longo da pesquisa, pelos feirantes e frequentadores da feira.

Abaixo seguem algumas imagens retiradas, também do Google Maps, onde aquele espaço que comporta a feira pode ser visto de maneira mais clara, pois trata-se de registros de imagens feitas em um horário em que a feira não está em pleno funcionamento.

Na imagem abaixo podemos observar a entrada da passagem Mucajás. Ao lado direito temos o chamado mercado de carne onde, como já observei anteriormente, além da venda carne vermelha, também se concentram as vendas de peixe, caranguejo, camarão fresco e camarão secos, frango, hortifrúti, goma de mandioca, tapioca, coco seco, mercadorias de mercearias como enlatados e alimentos que passam por industrialização, ervas e produtos medicinais, e dois boxes com produtos industrializados que oferecem serviços de consertos de relógios e amolação de objetos cortantes como tesourinhas e alicates. Segundo a Secretaria Municipal de Economia - SECON, este mercado a partir de sua revitalização passou a ser denominado pela Secretaria de ‘Complexo de Abastecimento do Guamá’; é composto de 387⁴⁷ equipamentos para os

⁴⁷ Isto depois da revitalização e reinauguração do prédio entregue aos feirantes no dia 26 de maio de 2012: <http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2012/05/feirantes-do-guama-recebem-complexo-de-abastecimento.html> e <https://ptb.org.br/prefeito-duciomar-costa-entrega-novo-complexo-de-abastecimento-do-guama/>

feirantes, ou seja, boxes adequados a cada mercadoria ali vendida. Ao lado esquerdo estão pequenas vendas coladas ao muro do CAD/SACI, o prédio que fica na esquina com arcadas quadradas brancas.

Figura 27: Imagem do mercado de carne, hoje Complexo de Abastecimento do Guamá à direita, e vista da passagem Mucajás a partir da Av. Barão de Igarapé Miri.⁴⁸



Fonte: Imagem retirada do Google Maps em 08 de abril de 2017.

Na imagem abaixo podemos observar a vista do cruzamento a partir da Av. José Bonifácio em direção ao bairro de São Brás. Ao lado esquerdo temos a passagem Mucajás seguida do mercado de carne; e ao lado direito a Av. Barão de Igarapé Miri, seguido da loja de Belém Material de Construção e da loja de eletrodomésticos City Lar, hoje Lojas Ricardo Eletro. É nesta calçada do lado direito da imagem onde se concentram as vendedoras de pechinchas, das quais falaremos ao longo deste trabalho.

⁴⁸ Aqui a autora também priorizou a imagem do Google Maps, pois acreditamos que estamos mostrando o espaço, aquilo que existe a partir de uma percepção não comprometida com quem ali vive cotidianamente com o lugar. Assim, podemos, ao longo do trabalho, evidenciar o lugar, também através das imagens, mas estas produzidas pela pesquisadora.

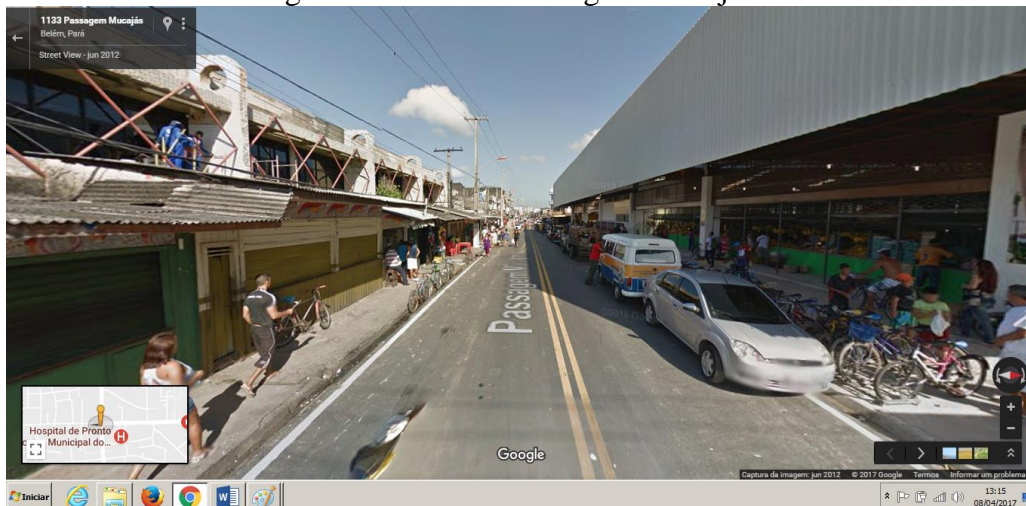
Figura 28: Imagem da Av. José Bonifácio.⁴⁹



Fonte: Google Maps em 08 de abril de 2017

Ainda na imagem abaixo podemos observar com mais proximidade a passagem Mucajás, na calçada direita temos o mercado de carne, aberto e em funcionamento; e do lado esquerdo, na calçada do Saci, temos diversas barracas comerciais que funcionam como bar, mercadinho de produtos industrializados, farinha, venda de frango abatido na hora, e outras vendas. Pela imagem podemos observar e inferir que, pela sombra do mercado e das pessoas que transitam à esquerda da imagem, assim como pelo fato dos pequenos mercados à esquerda estarem ainda fechados, se trata de um horário cedo pela manhã, quando a feira abre por volta das 6h, mas os comércios adjacentes por volta das 8h da manhã; sendo que no caso de bares, como é o caso do primeiro ponto comercial a esquerda, de cor verde, abrir até às 9h da manhã, a depender do dia da semana.

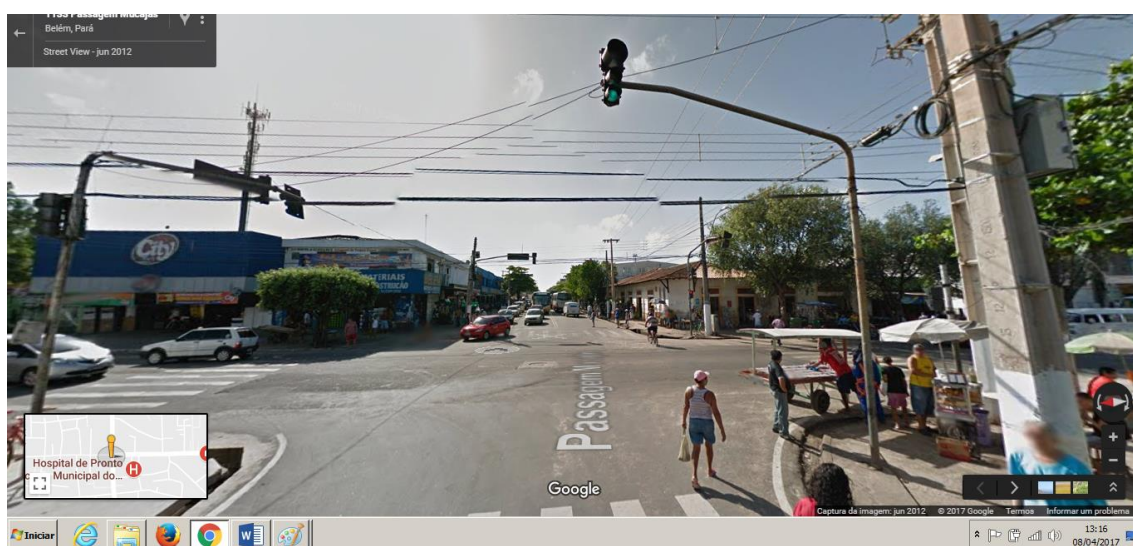
⁴⁹ Ver referência 8.

Figura 29: Vista da Passagem Mucajás.⁵⁰

Fonte: Google Maps em 08 de abril de 2017.

Aqui temos uma vista da Av. Barão de Igarapé Miri, onde podemos observar o prédio da farinha à direita e da loja de material de construção na esquina à esquerda, seguida da City Lar, hoje Lojas Ricardo Eletro. Pela disposição das sombras, pelo número escasso de pessoas presentes na imagem, assim como pelas pessoas que estão à direita - uma com seu 'burro sem rabo' ainda sem mercadoria, a outra com seu 'aquário' ainda repleto de salgados a venda, podemos inferir que se trata de um horário cedo da manhã.

Figura 30: Imagem matinal da feira, vista da Av. Barão de Igarapé Miri a partir da passagem Mucajás.⁵¹



Fonte: Google Maps em 08 de abril de 2017.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

A imagem abaixo refere-se a uma imagem tomada no dia 12 de outubro, feriado, tirada em um horário em que a feira já se encontrava fechada. Nesta imagem podemos observar de mais próximo a lateral do prédio da farinha juntamente com aquele lugar que chamo de anexo ao prédio ou mercado da farinha onde a maioria dos boxes é voltado para a venda de roupas. Este local era um terreno vazio que foi ocupado pelos feirantes que vendem roupas e que, só tardiamente foi coberto com telhas Brasilit e fechado apenas com grades, pela prefeitura. O espaço ainda é mal adaptado e não corresponde aos anseios dos feirantes do local. Mais à frente explanaremos melhor sobre o mesmo.

Figura 31: vista do mercado da farinha pela Av. Barão de Igarapé Miri com seu anexo ao fundo⁵²



Fonte: Google Maps em 08 de abril de 2017.

Ainda no que se refere a imagem acima. Podemos observar que o vínculo deste espaço com o mercado da farinha está na cor das grades, laranja, e na cor das pequenas batentes que ajudam na sustentação das grades, de cor ocre, acompanhando estas a mesma cor presente no mercado da farinha. No entanto, observe-se que não existe uma diferença entre o nível da calçada e o nível do local onde estão localizados esses boxes de roupas; acrescente-se a isso as grades finas que fecham o local para que os feirantes desse local

⁵² Ibid.

se sintam “*completamente abandonados*” pela prefeitura segundo a fala de dona Gilda, a ponto de receberem a isenção da taxa anual devida pelos feirantes à prefeitura.

Desta maneira o campo que procuro compreender, em meu entendimento, é aquele conformado não por este espaço apresentado acima, mas pelas pessoas que frequentam e vivenciam estes lugares que conformam a feira enquanto tal: o mercado dito da carne; o mercado da farinha, o complexo de industrializados com seu anexo; neste último em sua maioria os boxes vendem roupas, em oposição aos boxes que ficam dentro do prédio da farinha que vendem diversos produtos industrializados, que vão de brinquedos a cabos de eletroeletrônicos, ainda que alguns destes boxes também vendam roupas. Difícil especificar que box vende o que; há uma fluidez discreta na ocupação desses espaços.

Esta apresentação do campo, no que se refere a este subcapítulo, está baseada em três fontes: minha própria vivência no campo e daqueles que ali estão e vivem aquele espaço; as informações da SECON; e a pessoa do seu Rafael, Presidente da Associação dos Feirantes e funcionário da SECON, e que tem forte presença entre os feirantes do Guamá. Mais à frente falaremos mais sobre o papel de Seu Rafael na feira.

O prédio do mercado da farinha tem aproximadamente 11m de frente para a Av. José Bonifácio e 32m para a Av. Barão de Igarapé Miri. Este é o mercado mais antigo da feira, nele concentrava-se, há mais de 30 anos atrás, a venda de toda e qualquer mercadoria, carne, peixe e hortifrúteis. Ele era “O” mercado do Guamá. No entanto, já havia algumas bancas de legumes nas suas imediações, assim como a venda da farinha que tinha sua concentração, até a época do prefeito Resende, no meio fio da Av. José Bonifácio com a passagem Mucajás - quando esta ainda não era asfaltada, ainda que houvesse uma banca de farinha dentro do mercado. Segundo Seu Rafael, depois de uma luta árdua junto à prefeitura de Belém, os feirantes de farinha conseguiram, na gestão do prefeito Resende, ter a permissão da prefeitura para ocupar o referido prédio. Seu Rafael, já a frente deste diálogo nos conta como isto aconteceu:

...então nossa feira ela funcionava aqui nessa rua...na piçarra – e aponta em direção da rua, Av. José Bonifácio com a Passagem Mucajás, no cruzamento. Quando dava poeira no verão, poeira na farinha. Quando dava inverno, lama! Então foi aí que a gente, diante dessa necessidade, nós organizamos os trabalhadores e começamos a reivindicar.... Esse mercado aqui, de lá pra cá funcionava o mercado de peixe do Guamá. Aí na gestão do prefeito Resende, desapropriou aquele espaço [apontando para o que chamamos hoje de mercado de carne ou Complexo de Abastecimento do Guamá] passou todos os feirantes pra

lá e não coube a farinha dentro. Então o que que ele faz? Então ele deixa a farinha fora! Na rua! Esse mercado passa então a ficar fechado. Antro de venda de droga, prostituição infantil, assalto, roubos, então... O que que era nosso primeiro desafio? É fazer com que o governo faça a reforma, tira nós do meio da rua e coloque nós pra cá! Então foi uma vitória pra nós! Sair do meio da rua e vir pra cá! Pra você ter uma ideia, esse estrado que você está sentando, ele é de angelim pedra [Seu Rafael faz referência aos bancos que são institucionalmente as bancas dos feirantes e que sustentam as sacas de farinha para que estas não fiquem no chão] e tá completando agora dia 30 de agosto, 18 anos! [isso aconteceu desde quando eles entraram no mercado com a farinha. Ou seja, segundo seu Rafael a farinha está ali desde a nova reforma, quando entraram os bancos para dar suporte à venda. E seu Rafael continua a me explicar.] Quando o mercado foi construído, ali era a carne – e me aponta para o local da carne; ali era o peixe; e aqui já tinha um box de farinha. Quando o prefeito assume, ele tira todo mundo daqui; ele pensa aqui uma creche, ele pensa aqui uma unidade de saúde, ele pensa qualquer coisa pra cá, e joga o mercado pra lá e deixa a farinha na rua! A gente percebe que vai passando longos anos e ele não faz nada aqui. A gente reivindica o espaço; já que tá ocioso! E conseguimos, e transferimos a farinha pra cá! Né?! Pra quem vivia no meio da rua, passou a ter um espaço... e se você observar onde você tá localizada; você é do Guamá, nós estamos numa área nobre do Guamá! Nós estamos dentro do metro quadrado mais caro.⁵³

A farinha é um alimento importante na dieta regional, sua fabricação e consumo é marcada por práticas culturais que vão de sua fabricação à sua distribuição ao consumidor⁵⁴ (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2017).

Ao entrarmos no prédio da farinha percebemos que os feirantes dali tem as disposições de suas bancas voltadas para a Av. José Bonifácio, como se ali fosse a sua frente, pois os boxes se colocam em toda a sua largura de frente para esta avenida. Neste Mercado, no ano de 2011 foram contabilizados 44 equipamentos para 24 feirantes, segundo a Prefeitura Municipal de Belém. Mas, se contarmos, as contas não batem. A compra e a venda, ou a passagem do box para um familiar é frequente, mas não tão fácil, pois o custo de um box de farinha pode chegar a R\$4.000,00, ou seja, custar quatro vezes mais do que um box de produto industrializado, estimado em R\$1.000,00, localizado no

⁵³ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 19 de janeiro de 2017.

⁵⁴ De acordo com o IBGE (2014), o Pará é o quarto maior produtor brasileiro de farinha, sendo o Pará o maior produtor de mandioca do Brasil. (In LOBATO E RAVENA-CAÑETE, 2017: 225). “*O cultivo gera 200 mil empregos no meio rural, talvez a cadeia agrícola de maior oferta de emprego no Estado.*” (Júnior e Alves, 2013: 47 In LOBATO e RAVENA-CAÑETE, 2017: 225)

mesmo prédio; isto segundo informações de Inês, feirante de farinha, e de Dilza feirante de produtos industrializados.

Em nosso primeiro momento neste mercado foi difícil mapear os boxes. Para minha surpresa, ao conversar com Inês descobri que cada banco delimita uma banca, um espaço de venda de farinha; assim este não eram chamados de boxes pelos feirantes, e sim de bancas. A disposição varia de acordo com o seu local na feira, assim como a relação que você tem o feirante vizinho. Essas bancas são posicionadas formando quadrados, as vezes fechados as vezes abertos, dependendo da disposição da banca. Quando fechado, o feirante se coloca no seu interior, tendo as sacas de farinha entre feirante e freguês; quando não, o feirante fica no seu exterior com maior mobilidade de interação com o freguês e demais frequentadores da feira.

Inês divide seu espaço interno, o seu quadrado, com outro feirante, que basicamente utiliza sua banca como depósito, pois ele tem outra banca mais adiante, no mesmo mercado. Já em relação a seu Velhinho⁵⁵, apesar de serem vizinho antigos, um armário e uma balança os separam. Isso já não acontece com Seu Sebastião que colocou seus bancos 'boxes colocado no do feirante vizinho da parte de trás e da lateral, assim ele fica livre pelo corredor para poder tratar com o freguês, assim como para andar e brincar pela feira. O temperamento de Sebastião, é mais aberto e expansivo que o temperamento de Inês, que é mais reservada, assim como o temperamento de seu xxxx, vizinho de Inês. Então, assim houve uma pequena variação na articulação das disposições das bancas, segundo o temperamento de cada feirante assim como a relação que este estabelece com seus vizinhos.

Seu Rafael, faz questão de apresentar-se dizendo seu nome completo, e completa, *mas se alguém perguntar quem é Rafael da Silva ninguém sabe, então eu sou o Rafa*⁵⁶, foi criado no bairro e na feira do Guamá; segundo ele mesmo, desde os 15 anos já trabalhava na feira. Hoje Seu Rafael não trabalha diretamente na feira - apesar de possuir bancas de farinha e de ser o representante dos feirantes da farinha na comissão da feira -, é funcionário da prefeitura responsável pelas lavagens dos mercados e feiras de

⁵⁵ Inês me apresenta como Velhinho, e assim ele e a esposa se colocam para mim. Demoro para descobrir seu nome, até porque conversa vai e vem e acabo esquecendo de perguntar, visto que me envolve pelos assuntos que estão nos envolvendo.

⁵⁶ Entrevista concedida à pesquisadora em 19 de janeiro de 2017.

Belém e pela limpeza de entulhos na cidade. Essa sua relação com a feira, ele mesmo nos relata:

Eu tenho 35 anos como feirante do Guamá. Em um determinado momento, devido as nossas necessidades, a gente sentiu que era preciso organizar os trabalhadores; em que pese o mercado tem todo o dia, em todos os momentos, a concorrência que é natural, de uma feira, do comércio; algumas pessoas entenderam que a gente precisava buscar organizar os trabalhadores. E somente a gente organizado a gente conseguia atender, a gente ia conseguir que as nossas reivindicações, que as nossas demandas, elas fossem atendidas. Então no Guamá, no caso, nós fundamos uma comissão. Essa comissão ela é formada por dois representantes de cada setor, tem os da carne, tem os do peixe, tem os do frango, tem os da farinha, tem os do horti... de cada coisa que você pensar que vende na feira, duas pessoas vieram fazer parte dessa comissão. Então se formou um grupo de 15 a 20 pessoas, representativas, porque todos os setores estão envolvido, pra poder buscar defender o interesse dos trabalhadores. O que que a gente faz? Primeiro a gente fez um levantamento das necessidades do mercado. Quais são nossos pontos fortes? Quais são nossos pontos fracos? A gente identificando quais são os fortes e os fracos, aí nós fizemos um planejamento. O que que nós queremos realmente? Quais são as prior... Tudo é prioridade. Mas quais são as prioridade das prioridades? Então eu começo aqui a minha vida sindical como representante.⁵⁷

A esposa de Seu Rafa também é uma das feirantes permissionárias da feira da farinha, mas trabalhando com alimentação, único espaço naquele prédio que vende refeições e lanches. Demais familiares de seu Rafa possuem boxes de industrializados assim como bancas de venda de farinha.

Ela participa de todas as tomadas de decisão na feira do Guamá, em especial no que diz respeito ao mercado da farinha e seu anexo. Desta forma, não é possível falar da feira, em especial do espaço da farinha, sem abordar a pessoa do seu Rafa.

Soube de seu Rafa através dos feirantes, primeiro dos feirantes dos produtos industrializados, e depois do pessoal da farinha. Nenhum feirante, em nenhum momento, me falou algo que desabonasse seu Rafa. Talvez em um ou outro feirante eu pudesse, e pudesse mesmo de maneira errônea, perceber o silêncio, mas jamais escutei algo que o descreditasse ou desabonasse. Logo vi que seria imperativo conversar com seu Rafa, afinal, nada ali, nenhuma disputa, passaria sem ele.

⁵⁷ Idem.

Seu Rafa é o Presidente da Associação dos Feirantes de Belém (Asfembel), cargo que ocupara justamente no período de revitalização do mercado de carne até os dias atuais. Seu Rafa enquanto funcionário da SECON, é um dos encarregados da administração da limpeza das feiras e mercados de Belém. É ele que, juntamente Sr. Rui, fica encarregado de acompanhar e fiscalizar os funcionários da prefeitura que pegam no escovam e no sabão. No entanto, segundo dona Carmem, e como vi durante uma das lavagens do mercado da farinha e anexo, seu Rafa realmente pega no escovão e acompanha a limpeza.

Seu Rafa, de Rafa, – de pequenininho e miudinho, como o nome evoca, - não tem em sua aparência, grande e corpulento. Mas seu Rafa, tem de Rafa aquilo que o nome também pode evocar, a aproximação, o afeto, a simpatia de uma pessoa gentil e cordata que, como coloca dona Carmem e dona Gilda, é aquele que “sabe ouvir”, que sabe compreender as necessidades daqueles feirantes. Assim, já predisposta a tudo de bom que poderia pensar, a pessoa de seu Rafa levou-me a crer que ele era, se não uma pessoa querida, era, minimamente bem respeitado. Sabia ouvir, era paciente e bom conselheiro, segundo os feirantes, ou quase todos a quem ouvi sobre ele, se não me falha a memória e me relembram minhas anotações e gravações. De qualquer maneira acredito que era imperativo Seu Rafa procurar um equilíbrio entre tantos feirantes, pois quase metade dos feirantes da farinha faziam parte da família de Seu Rafa, assim como tinham muitos, dentre seus familiares, que possuíam boxes de produtos industrializados, também naquele setor. Para termos uma ideia do embrincamento das relações ali expostas, somente de boxes de produtos industrializados que estão localizados dentro do prédio da farinha - com exceção do anexo que fica colado ao lado pela Av. Barão de Igarapé Miri - pude contar, juntamente com a feirante dona Arlete, cerca de 52 boxes. Sinceramente, de fora não conseguimos compreender como pode caber tantos boxes naquele prédio; isto somente os boxes altos, gradeados, relativos aos produtos industrializados, excetuando-se as bancas de farinhas. Deste modo podemos acrescentar a esses 52 boxes as 44⁵⁸ equipamentos ou bancas de farinhas, com 24 feirantes⁵⁹, que são estabelecidas enquanto bancos com cerca de 1m70 de extensão por 40cm de profundidade e 50cm de altura. Cada banco perfaz uma banca. Estamos aqui falando de boxes e bancas, pois quando falamos de feirantes a conta é outra, é diferente; explicarei sobre isto mais à frente. De acordo com Cardoso *et al.* (2001) observa que cerca de 20% dos postos que vendem farinha na feira

⁵⁸ Anuário Estatístico do Município de Belém 2011

⁵⁹ Idem.

no Guamá eram de produtores rurais. Como já foi observado anteriormente, a mobilidade de venda ou repasse de bancas e boxes é frequente. De acordo com Lobato e Ravena-Cañete (2015), em 2015 foram encontrados dezoito feirantes que trabalham com farinha dentro do mercado da farinha. No entanto, encontrar feirante trabalhando é uma coisa, a outra é saber de quem pertence a banca. Um exemplo é a banca de Inês; são três bancas que pertencem a seu pai, que já não trabalha lá e mora no interior; quem ali trabalha é ela e o marido; sazonalmente, já é o irmão. Diferente, no entanto, acontece com dona Eulália, que tem apenas uma banca, não tem marido ou companheiro, a única filha é casada e mora em outro estado, mora só; dona Eulália conta apenas consigo própria, somente ela está ali no batente diariamente.

Se, de acordo com as normas da prefeitura, um feirante pode ter apenas até três bancas ou boxes; de fato isto não ocorre. Encontramos com frequência feirantes com mais de três bancas, as vezes com o dobro ou o triplo. Entendemos isso como formas de interação que procuram escapar da lógica institucionalizada da prefeitura de Belém que, desconhecendo as necessidades de seus feirantes, normatizam comportamentos. Por outro lado, essas normatizações são quebradas sutilmente e, sutilmente também aceitas ali, entre eles.

No prédio da farinha começa a aparecer os boxes de produtos industrializados, e dentro desta categoria estão as roupas, o vestuário que é também vendido ali, mas as roupas estão principalmente presentes na parte anexa, como veremos mais à frente. Primeiro somente é permitido esses boxes ficarem encostados na parede que dá para a Av. Barão de Igarapé Miri, dali por diante uma miscelânea de coisas é vendida que vai de vestimentas a antenas artesanais e industriais de televisão, baterias, carregadores de eletroeletrônicos, sapatos, cremes medicinais, shampoos, bijuterias, produtos artesanais, etc. Eu e dona Arlete chegamos a contar 52 boxes desses produtos somente neste espaço, sem passarmos para o anexo. Como observei, os boxes ficam localizados dentro deste espaço na lateral que dá para a Av. Barão de Igarapé Miri, encostados na parede e ao fundo do prédio, a partir do espaço concedido à lotérica. Segundo seu Rafa outra grande conquista dos feirantes.

O centro lotérico foi mais uma conquista nossa, a única casa lotérica que tinha essa lá em frente ao Paulo Maranhão, pra todo o Guamá, e nós conseguimos uma pra cá, pra dentro do mercado do Guamá. Uma forma de aquecer o mercado aqui. Agregar mais gente!⁶⁰

⁶⁰ Idem.

No meio do prédio, mais ao fundo, funciona a casa lotérica com dois caixas; seu Rafa já luta para um terceiro caixa, pois o movimento demanda isto – filas imensas e diárias, sem horário predeterminado mostram a necessidade de expansão daquele serviço oferecido aos frequentadores da feira.

Se de um lado a casa lotérica é cercada pelos boxes em metal dos produtos industrializados, do outro lado está o único equipamento do local destinado à alimentação, aquele administrado pela esposa de seu Rafa. O local, em comparação a outros espaços destinados à alimentação, mesmo do prédio da carne, recém reformado, é amplo e bem aparelhado.

Ao circularmos por aquele lugar notamos que certas quantidades de boxes estão sempre fechadas. Ao conversarmos com os feirantes do local descobrimos que esses boxes funcionam como depósitos dos feirantes que vendem seus produtos na calçada do mercado na Av. Barão de Igarapé Miri. Assim, de acordo com as informações de Madalena, Seu João, dona Arlete, dona Dilza, o feirante que vende ali na calçada só o faz porque tem um box dentro daquele complexo. Assim, este feirante além de possuir um box no interior do mercado tem o direito de ter um espaço na calçada do mercado, direito este concedido pelos próprios feirantes; no entanto, ele precisa mandar fazer uma barraca para poder vender na calçada, se o quiser, o que geralmente acontece, pois segundo eles quase ninguém “*entra naquele mercado, sujo, feio e escuro*”⁶¹. A venda no interior é, segundo esses feirantes, bem menor em relação à venda no exterior do mercado. Assim, ter um box dentro do mercado garante o espaço de uma barraca na rua.

O anexo do prédio da farinha, aquela parte gradeada, que se prolonga, pela Av. Barão de Igarapé Miri, e, que, segundo os vendedores dali, foi esquecida pela prefeitura de Belém, “*De tão esquecida a prefeitura [através da SECON – secretaria responsável pela regularização do espaço] não cobra a taxa paga pelos feirantes [dos permissionários] pela ocupação do espaço*”⁶². O local é abafado, quente e sem ventilação, o que é agravado devido à disposição do telhado ser baixa, não ter este revestimento interno e, piorando a situação, ser coberto por telhas Brasilit, algumas transparentes que, colocadas com objetivo de ajudar na iluminação do espaço, deixando passar a luz, passa também o calor; para se proteger disto, dona Alda que possui seu box embaixo de uma dessas telhas,

⁶¹ Dona Arlete, em entrevista no dia 04 de dezembro de 2017.

⁶² Dona Gilda, em entrevista concedida no dia 06 de abril de 2016.

mandou cobri-las com um pedaço de papelão. A limpeza que deveria ser feita mensalmente em todo complexo, pode chegar a dois meses entre uma lavagem e outra.

Este espaço possui 76 boxes, dentre eles cerca de 10 boxes são utilizados como provadores, ou seja, são apenas fechados com cortinas de tecidos e não são utilizados como expositores. Feirantes como dona Carmem e Sílvia possuem três vestuários, e como dona Gilda e dona Alda, apenas um. Outras feirantes como dona Dilmara não possuem vestuário, e quando há necessidade de uma freguesa experimentar uma roupa pedem para uma vizinha feirante que empreste o vestuário. Cerca de oito boxes são destinados a venda de produtos diversos, como controles, pequenos aparelhos eletroeletrônicos, cintos, miudezas, esmaltaria; outros cinco são utilizados como depósitos – por exemplo o de dona Solange que vende pechincha e utiliza um box apenas para guardar sua mercadoria. Os demais boxes vendem somente roupas.

Diferentemente do prédio da farinha, os feirantes não podem e também não deixam ninguém ocupar sua calçada, a exceção é feita apenas para dona Teté, que vende pequenos trecos como adereços para cabelo, cintos, porta-moedas e pequenos brinquedos de plásticos, assim como também para o filho de dona Maria do Rosário, que vende chinelos e cintos; no entanto estes além de possuíram boxes dentro do complexo ele devem ficar colados na grade do lugar, não atrapalhando o movimento na calçada. Apenas esses dois, até então, tem direito de ocupar uma pequena parte da calçada do anexo da farinha.

De acordo com o Anuário Estatístico do Município de Belém de 2011, temos os seguintes levantamento da quantidade de equipamentos (boxes e bancas) disponibilizados aos feirantes nos mercados da feira do Guamá. Ainda que apresentado de maneira sintética, podemos ter uma noção da quantidade daquilo que ali é vendido

Tabela 01: O mercado dito da carne ou o Complexo de abastecimento do Guamá

Mercado	Hortifrúti		Industrializado		Lanche/ Refeição		Mercearia		Farinha	
	Equip.	Feirante	Equip.	Feirante	Equip..	Feirante	Equip.	Feirante	Equip.	Feirante
Guamá	192	105	156	74	16	11	43	26	44	24

Fonte: Anuário Estatístico do Município de Belém 2011, p. 50.

Os dados acima são institucionalizados, ou seja, segue um registro da prefeitura onde consta o local do box e o proprietário frente à prefeitura. Nem todos esses equipamentos funcionam para comercialização. Alguns funcionam como depósitos, outros fechados por um motivo pessoal como doença na família. O número de feirantes é de acordo com a prefeitura, não de acordo com a vida de todos os dias, daquele permissionário que paga as taxas para a prefeitura. Como já falei anteriormente há uma ruptura da norma, que, acredito, necessária, para a sobrevivência de muitos ali. São arranjos que mantem aquela feira enquanto tal.

Um dos exemplos mais evidentes é a quantidade de equipamentos destinados a venda de caranguejo e siri, sete equipamentos e quatro feirantes. In loco encontrei apenas um feirante ao longo desses anos, e, aparentemente, apenas um só tanque, ou equipamento, destinado a esta mercadoria. O mesmo aconteceu para artigos de artesanato [aqui nos referindo apenas ao interior do mercado da carne], onde encontramos apenas dois feirantes com aparentes seis boxes ou equipamentos. Digo aparentes porque eles têm muito receios de dizer quanto boxes de fato possuem. Observe tabela abaixo:

Tabela 02: referente a venda de produtos Artesanais/umbanda/ervas
– Caranguejo e siri – camarão fresco

Mercado	Art/Umb/erva		Caranguejo		Camarão fresco	
	Equip.	Feirante	Equip.	Feirante	Equip.	Feirante
Guamá	7	3	5	4	7	4

Fonte: Anuário Estatístico do Município de Belém 2011, p. 50.

Desta maneira podemos observar que o número de equipamentos não equivale ao número de feirante. Da mesma maneira um equipamento pode possuir mais de um feirante ali trabalhando, seja alguém da família, seja um ou mais funcionários contratados pelo permissionário.

2.2 Inserção da pesquisadora no campo

Comecei a frequentar sistematicamente a feira do Guamá no ano de 2011, já realizando uma pesquisa sobre os sentidos do gosto e com uma perspectiva etnográfica, mas no âmbito do desenvolvimento de uma dissertação de mestrado no Programa de Pós-

Graduação em Artes da UFPA. No doutorado, no Programa de Pós-Graduação em Antropologia da UFPA, iniciado em 2015, procurei aprofundar meu conhecimento sobre a feira do Guamá e suas práticas sociais, especificando, problematizando e aprofundando as discussões anteriores.

A inserção inicial no campo foi fundamental para a pesquisa apresentada nesta tese, pois ela me permitiu acesso aos indivíduos e aos espaços da feira. A perspectiva antropológica, penso, era inerente à pesquisa em Artes, mas foi na experiência do doutoramento que ele, evidentemente, pôde se desenvolver. Não obstante há uma contiguidade, também evidente, entre as duas. Dessa maneira, considero importante incluir nesta tese uma descrição da minha inserção na feira do Guamá, o que faço neste tópico.

Durante o ano de 2011 e até setembro de 2012, o mercado dito de carne estava fechado para reforma; desta maneira os feirantes foram alocados, pela prefeitura, em barracas de madeira construídas de maneira pouco ajambrada na calçada do mercado – tanto pela Av. José Bonifácio, como pela calçada da passagem Mucajás -, assim como no meio da rua da referida passagem.

A partir da imagem abaixo podemos notar como os feirantes apropriaram-se daquele espaço, alargando as fronteiras do mercado e fazendo com que o mercado escapasse da estrutura construída em madeira pela prefeitura de Belém. O mercado, aparentemente inchado, dilata-se tomando o espaço do meio fio da Av. José Bonifácio e ocupando a totalidade da passagem Mucajás, adentrando a rua para além dos limites do mercado. Desta maneira a necessidade de maximizar o espaço de venda fez com que o feirante desregulamentasse os limites impostos pela prefeitura, e buscasse constituir em composição com a estrutura o lugar que lhe fosse mais vantajoso, ou racional, a partir de sua própria percepção e possibilidades.

Essa desregulamentação do espaço que operou para a construção do lugar, ocorreu através de diversas formas, dentre essas formas podemos apontar a pintura feita pelo próprio feirante que, ao utilizar as cores de sua escolha, em alguns casos, como no caso do Sr. Reinaldo, ao utilizar uma cor mais clara e mais fria do que aquela oferecida pela prefeitura, procurou expandir sua barraca ao projetar para à percepção visual do freguês aquele pequeno lugar.

Apesar das limitações imposta, de uma lado, pela prefeitura, de outro lado pela própria estrutura espacial do local – a calçada do mercado, que, apesar de larga, não dava conta da quantidade de feirantes que trabalhavam no mercado; uma esquina com forte trânsito e o principal ponto de confluência do bairro e, ainda, a necessidade de espaço para o feirante vender, visto ser este “*o ganha pão e a estrutura de toda a família*”, observa dona Fabrícia⁶³, era imperativo também a existência de espaço para que o freguês, que igualmente precisava e dependia da feira, que ali precisava circular, e que acabava sendo levado a ocupar as vias destinadas ao tráfego de carros. Os “boxes” (ou barracas, ou bancas), ou melhor, os espaços improvisados ocupados pelos feirantes da feira, se desdobram para o exterior ocupando fisicamente e visualmente o espaço concedido aos carros, aos fregueses, aos passantes... Frutas e legumes são expostos de acordo com a necessidade das circunstâncias. Caixas, caixotes, suportes de madeira, de papelão de ferro, basquetas em plásticos, guarda-sóis improvisados, carros de mão ou burros sem rabos servem de bancas e barracas.

Observemos a primeira imagem, para podermos nos aproximar de uma compreensão sobre a construção desse estar junto que pretendo evidenciar.

Figura 32: Vista da feira do Guamá, quando o mercado de carne estava passando por revitalização e os feirantes foram deslocados para a rua.



Fonte: <http://niedformacao.blogspot.com.br/2012/02/feira-do-guama.html>, retirada da internet em 22.10.2012.

⁶³ Dona Fabrícia, em entrevista concedida a pesquisadora em 14 janeiro de 2017.

Vista de fora, a partir da Av. José Bonifácio em direção São Brás – Guamá, a feira conforma um ângulo reto, um anexo de calçada, mal-ajambrada, com aparência de tapumes que revestem algo não acabado. Adentrando-a pela Av. José Bonifácio, a partir da área concedida aos açougueiros, entramos em um corredor composto por barracas enfileiradas e dispostas em paralelo umas em relação às outras; feitas em madeira, pintadas, em sua maioria, das cores ofertadas e pintadas pela prefeitura, o verde e o laranja uma passagem onde os mesmos ocupam posições paralelas ao longo do corredor. O espaço é úmido com pouca ventilação e luminosidade. Há uma disseminação do odor de carne naquele ambiente apertado e quase insalubre. Os feirantes sabem disso. E ao falarem sobre o local, utilizam palavras e expressões, expressões corporais e faciais que nos evidenciam que eles, feirantes conhecem e percebem as condições negativas do lugar.

Mas observemos a imagem abaixo referente ao espaço destinado aos açougueiros. Ao colocarmos aqui esta imagem pretendemos levar o leitor a perceber o ambiente do qual falo. Mesmo sob um sol e uma luminosidade forte de 10h da manhã de uma manhã ensolarada do mês de agosto, podemos observar a necessidade da luz elétrica para a iluminação do ambiente. Podemos observar as instalações em madeira com o teto em Brasilit – o que aumenta consideravelmente a quentura do ambiente; a falta de janelas;

Figura 33: Boxes dos açougueiros localizados na calçada do mercado de carne



Fonte: Registro fotográfico feito pela pesquisadora em agosto de 2011.

Figura 34: Corredor onde ficam localizados os boxes dos açougueiros no período de revitalização do mercado de carne



Fonte: Registro fotográfico feito pela pesquisadora em agosto de 2011.

Uma pequena ênfase aqui será dada ao embrincamento das cores neste espaço. Como compreendemos que a cor é um dos elementos que conformam o espaço estruturando-o, entendemos que as cores correspondem a certas estruturas espaciais e que “o valor exato de cada cor dependerá do conjunto em que é vista” (OSTROWER, 1983: 234-235), ou seja, dependerá do contexto em que está inserida, dos elementos que corroboram com a construção daquela paisagem ou ambiente, no caso, o box, o conjunto de boxes, a área, a feira. Acrescentamos a isso a própria experiência visual do feirante de uma região equatoriana e de alta luminosidade, ou seja, peculiaridades que interferem na percepção, portanto vai interferir na utilização e apropriação do espaço e de seus elementos, como a cor. Sol forte, luminosidade forte, calor, quentura, levam-nos a priorizar a utilização de cores quentes, pois as frias não chamariam a atenção necessária, para a venda, em um local com tais características.

Figura 35: Corredor dos açougueiros quando a feira não está em funcionamento.



Fonte: <http://www.cyroalmeida.comblogportfolio=mercado-de-carnes>

No entanto, só isto, a análise baseada na cor, não é suficiente para definirmos a composição de um lugar, de um ambiente – um box, um corredor naquele lugar. Mas sim o conjunto de elementos, dentre esses elementos podemos apontar o frequentador da feira,

o freguês, os objetos necessários a manutenção do box, a exposição e venda da mercadoria, em fim a própria necessidade de cada partícipe daquela construção feira. São esses elementos, em conjunto, e em interação que conformam o que Simmel (2006) compreende como forma social ou sociação; e é neste sentido que procuramos pensar a feira do Guamá.

Como podemos observar na imagem nº 01, as cores básicas e primárias, como o vermelho, o azul e o amarelo predominam sobre aquelas oferecidas pela prefeitura – laranja e verde -, evidenciadas na utilização precária de guarda-sóis que se estendiam ao longo dos limites espaciais da feira pela Av. José Bonifácio, evidenciadas também no nome dos boxes, na pintura do próprio feirante quando rompe com a ordenação institucionalizada pela prefeitura ao utilizar o vermelho, o azul e o amarelo na pintura de seu box ou nos nomes de seus boxes, ou seja, naquilo que o vai distinguir dos outros feirantes. Importante observar que, neste primeiro momento e durante este período em que o mercado estava na rua, apesar dos boxes terem se transformado em barracas, com estruturas em madeira, apresentando-se como um apêndice do mercado em reforma, os feirantes continuavam a chamar esses seus espaços, de boxes.

Procurei apresentar brevemente o espaço do mercado dito da carne que, sem limites, estava inserido e misturado no complexo da feira do Guamá⁶⁴, tal qual o encontrei em 2011, e que, portanto, também faz parte das minhas impressões e que não poderia deixar de estar fora deste trabalho. Isto porque, eu não teria como apagar deste novo trabalho as impressões, interpretações e interferências causadas no pesquisador. Portanto, convém salientar que este trabalho se constrói como um desdobramento do anterior, uma interpretação que não finda, que se reinterpreta e reinventa, que busca novos ângulos de vivência e experiências. Apenas mudamos o ângulo e o enfoque, promovido pelo ir e vir à feira durante esses últimos quatro anos.

2.3 A revitalização do mercado de carne e o novo padrão na sua composição espacial

⁶⁴ O que chamo de complexo da feira do Guamá é composto pelo mercado dito da carne, pelo da farinha e pelo do complexo de industrializados, abarcando ainda todo o comércio existente em seu entorno ao longo da Av. José Bonifácio, da Av. Barão de Igarapé Miri e da Passagem Mucajás.

Descrever este mercado depois da reforma e, portanto, o espaço no qual se produziu a maior parte da minha etnografia entre 2012 e 2017 é, aparentemente, mais fácil. A forma geométrica dada à divisão do novo espaço interno, a divisão do mercado em áreas de acordo com as mercadorias vendidas; as formas dos boxes e suas disposições entre si, foram regulamentadas pelo poder público. Esta regulamentação e institucionalização do espaço reordenou o aparente caos, seja daquela feira provisória que encontramos em 2011, seja daquele mercado em funcionamento antes da reforma, “*com barracas quebradas, de madeira, cheias de buracos*”⁶⁵. Desta maneira, o sistema de distribuição do espaço, a tentativa de sua racionalização e funcionalização dos novos equipamentos – antes chamados de bancas e boxes - entregues aos feirantes e a comunidade usuária do mercado, contribuiu para a construção de novas dinâmicas nas interações sociais. Esse novo espaço foi concebido para funcionar, “*onde o corpo está reduzido a uma soma de necessidades arbitrariamente definidas... desenraizada de toda existencialidade, sem história, sem qualidades, simples volume*” (Le Breton, 2016b: 131-132). Mas, se no início é isso que temos, por outro lado o homem não é um ser passivo; ele, ao adentrar aquele espaço vai, na sua relação com ele, o transformar em um lugar, através daquelas modelações culturais das quais fala Le Breton (2016, 33), entre um indivíduo e o outro, entre o indivíduo e o mundo; desta maneira o feirante constrói seu lugar no mundo, ali na feira, ao adentrar nela e vivenciá-la cotidiana e ordinariamente, modelando-a e modelando-se continuamente, e nesse modelar ele colabora e corrobora para gerar formas sociais.

Reproduzo a seguir uma imagem da planta baixa do novo mercado de carne, feito à mão por Seu Mário; imagem feita após a reforma de 2011. Essa imagem está afixada na parede do escritório da administração do mercado, bem ao lado da mesa do administrador, e tem uma funcionalidade quotidiana na gestão do espaço.

Figura 36: Planta baixa feita a mão e encontrada na sala da Administração do “Complexo de Abastecimento do Guamá”.

⁶⁵ Gilson, em entrevista em 12 setembro 2015.

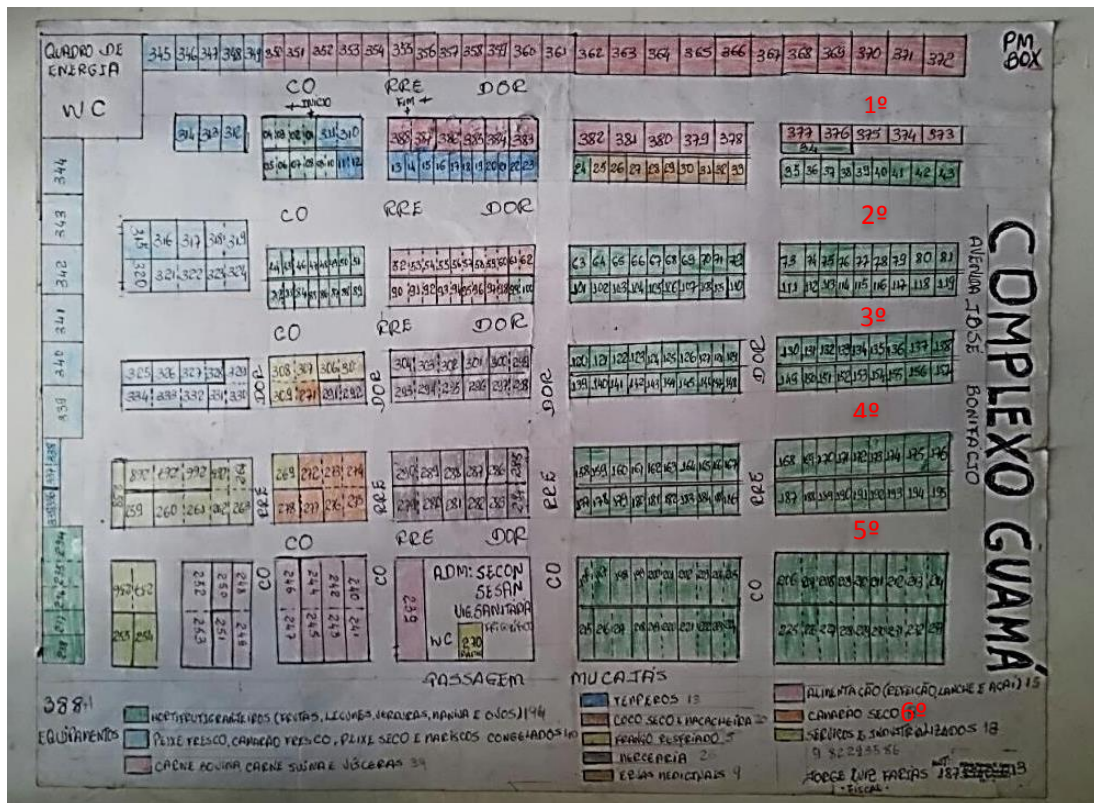


Imagem 01: Espaço do mercado novo, ou mercado da carne. Fonte: Imagem exposta na parede da administração da Feira, ao lado da mesa do administrador em outubro de 2015.⁶⁶

Como podemos observar na imagem acima, a reforma deu ao espaço essa racionalidade geométrica, digamos apolínea⁶⁷, baseado nas formas retas e claras de divisão do espaço à procura de uma operacionalização eficiente. Desta maneira, seguindo o padrão da divisão do espaço, podemos observar que os boxes - chamados pela administração, a partir de então, de 'equipamentos' - tal como a estruturação do novo espaço, foram padronizados de acordo com as mercadorias a serem comercializadas pelos feirantes. Assim foi, também, padronizado as alocações de cada feirante, padronizado o espaço que cada feirante ocuparia de acordo com a mercadoria a ser comercializada por este. Essa padronização foi estendida também para o material utilizado na fabricação dos boxes, que está associada aos suportes de exposição e armazenamento das mercadorias vendidas, segundo as suas peculiaridades. Isto será exibido ao longo deste capítulo quando adentrarmos em cada área da feira.

⁶⁶ Como eu estava sem telefone celular e máquina de fotografar, a imagem foi pelo Sargento Olindo através de seu smartphone. Me foi enviada pelo Sargento, através do whatsApp, em outubro de 2015.

⁶⁷ Apolínea no sentido oposto à referência de seu antônimo, o dionisíaco; ou seja, apolíneo em tudo aquilo que procura referir e evocar racionalidade, harmonia, beleza, fundamentadas em uma cultura clássica que, segundo Julian Bell estilo ou estética "que possui autoridade cultural no mundo inteiro." (2008, p. 58)

Quando chegamos a feira do Guamá, vindo do Bairro de São Brás, pela Av. José Bonifácio, o primeiro mercado a ser alcançado é o mercado da carne ou Complexo de Abastecimento do Guamá. Ao adentrarmos este primeiro mercado, logo no início do primeiro corredor, a direita, colado à parede, temos um espaço reservado para o oratório. Este primeiro corredor é ocupado majoritariamente pelos açougueiros, subdividido em área das vísceras e área da carne - essa subdivisão não é tão evidente, visto que alguns feirantes que vendem carne ocupam o espaço das vísceras e vice-versa. Mas digo majoritariamente porque ao final deste corredor, no quinto e último bloco de boxes, os boxes são ocupados por peixeiros, tanto de um lado como do outro do corredor – observe na imagem acima, os boxes 345 a 349, localizados a direita de quem entra, são destinados aos peixes resfriados e congelados, geralmente ali são vendidos cortes de peixes em filés e já pesados com antecedência à solicitação do freguês, o padrão é similar ao do peixe congelado vendido em supermercado; e, do lado esquerdo, do box 312 a 314 os boxes de venda de peixe fresco. Ainda na imagem referida podemos observar os boxes pintados em vermelhos que se referem aos boxes destinados aos açougueiros.

O segundo corredor é composto no seu primeiro bloco de boxes em feirantes de frutas, verduras, ervas e plantas medicinais, em ambos os lados; mas encontramos uma única feirante que vende tempero, neste caso específico pimenta do reino, colorau, cominho e alho, além de uns tabletes industrializados de tempero. No segundo bloco de boxes voltados para a venda de ervas medicinais e hortifrútiis, sendo que os destinados a hortifrútiis apenas um funciona com este objetivo, os demais funcionam como depósitos. No terceiro bloco de boxes, estes são voltados para a venda de temperos do lado direito e de coco seco e goma para tapioca, macaxeira, farinha de tapioca, do lado esquerdo. O quarto bloco encontramos alinhados boxes de temperos e boxes de hortifrútiis. No quinto e último bloco de boxes temos aqueles destinados a venda do peixe fresco, assim como nos boxes de fundo.

No terceiro corredor, temos os dois primeiros conjuntos de boxes voltados para a venda de frutas, verduras e legumes. O terceiro bloco voltado para a venda de coco e goma de tapioca, sendo que podemos encontrar também quem venda juntamente com a goma e a tapioca polpa de fruta, como o cupuaçu, o murici e o bacuri; ainda que esta venda se faça esporádica e variando de acordo com a fruta da estação. Também neste conjunto de boxes podemos encontrar dois boxes voltados para a venda de hortaliças – cheiro verde, cebolinha, couve, chicória, salsa. Observe que no início deste bloco, logo

ao lado direito de quem entra, vemos dois quadradinhos marcados em verde – é o box do irmão de Guiomar, Gilson. São a esses dois boxes sobre os quais me refiro, os demais mantêm o padrão do conjunto, vendem coco seco e goma. Em frente a esses boxes, no mesmo corredor e conjunto, estão as mercearias, duas delas fechadas funcionam como depósitos. Avançando mais à frente, no quarto conjunto de boxes, ainda no mesmo corredor, temos de um lado aqueles que vendem hortaliças; aqui nos sentimos mais próximos do peixe, pois até o tempero aqui vendido parece ser direcionado para a preparação peixe, limpeza e cozimento. Encontramos em mais abundância a alfavaca, a chicória, a cebola, o limão e tudo aquilo que pode ser usado para o cozimento do peixe e a tirada do pitiú deste. Alguns passos mais à frente e entramos na área do peixe fresco. Em frente esses boxes temos a venda de frango e linguiças resfriadas. Quinto e último conjunto de boxes nos encontramos entre os peixeiros novamente tendo ao fundo boxes destinados ao peixe.

Quarto corredor e quinto corredores, são destinados, em seus dois primeiros blocos para hortifrúteis; o terceiro bloco para as mercearias, com seus equipamentos feitos em alvenaria. Já os quarto e quinto blocos são destinados a venda de marisco, com forte presença do camarão, camarão seco e peixe seco e fresco. A fundo, entre o quarto e o quinto corredor podemos encontrar o único vendedor de caranguejo.

Sexto corredor, se assim podemos chamar, é aquele corredor que dá para a calçada da passagem Mucajás. Os dois primeiros blocos de equipamentos ou boxes vendem hortifrúteis basicamente. Alguns desses feirantes, para não perderem espaço para aqueles que esporadicamente vendem, ilegalmente, na calçada do mercado, pois não possuem box no mercado, estendem seus boxes até a calçada do mercado utilizando caixotes e pequenos compensados de madeira, assim procuram incrementar suas vendas. Essa é uma prática contestada pelos feirantes do interior do mercado que se dizem prejudicados por esses vendedores que procuram alcançar o freguês a partir da calçada da feira. A crítica é feita tanto ao vendedor esporádico que se apropria da calçada do mercado e que não paga as taxas devidas à prefeitura, assim como não paga luz e a limpeza da feira, como também ao feirante daquele local que estende seu box à calçada, beneficiando-se de um espaço que os demais feirantes internos da feira não têm acesso e benefício.

2.3.1 As áreas que conformam o mercado de carne

Área dos hortifrutigranjeiros

A área verde indica os boxes destinados à comercialização de hortifrutigranjeiros. São 186 boxes, que ocupavam do segundo ao sexto corredor, até o corredor na perpendicular, ou seja, paralelo a Av. José Bonifácio, acabando ao fundo, no início da área dos peixeiros, chegando a ocupar um terço da feira e quase a totalidade da parte da frente e principal do mercado, que dá para a Av. José Bonifácio, e se estendem ao longo do interior da feira e no sentido da passagem Mucajás. Esses boxes não são distribuídos de maneira equitativa entre os feirantes; alguns dentre eles possuem apenas um box, como dona Carmem e sua vizinha, dona Maria. Outros chegam a possuir até seis boxes, como Guiomar e a família. Outras ainda dois como seu Mauro e sua esposa. Dona Rai possui oito boxes. A diversidade é grande. Bem entendido que somente até três boxes podem estar no nome de um só feirante; quando um feirante possui mais de três boxes é que os demais estão no nome de um parente que, geralmente, trabalha com ele, como o marido ou um filho.

Esses boxes possuem cerca de 0,95m de frente por 1,07m de profundidade – tamanho da profundidade da bancada. Eles possuem uma base de concreto com 0,90m de altura e a parte superior feitas com um gradeado de ferro fino entrelaçado com 1,53m; esta grade forma uma malha de quadrados que permite afixar e expor as mercadorias ali oferecidas. São equipamentos que possuem um balcão de alvenaria, feito com a técnica do “cimento queimado” e as grades são pintadas de cinza, assim acompanhando a coloração do balcão.

A estrutura de ferro fecha completamente o box, permitindo que ele seja trancado pelo feirante permissionário nas horas em que não há serviço. Porém, a fachada frontal desse gradil, a que dá para o corredor – e não para as laterais –, e aberta nas horas de venda formando uma cobertura de grade muito utilizado para a exposição das mercadorias. Desta maneira, ao levantar a grade, esta ao dobrar-se e fixar-se ao alto, arranja uma coberta sobre parte do corredor que perpassa acima dos feirantes e fregueses.

Os boxes que ficavam nas pontas ou laterais, abrem, na lateral, somente para cima, sem dobrar-se e provocar a cobertura acima mencionada. O corredor de boxes é contínuo e a única possibilidade de neles adentrar-se é por uma de suas extremidades. Assim, o feirante que possui um box no interior do bloco de boxes, deve entrar por uma das laterais de abertura dos conjuntos dos boxes que formam o corredor, passando, assim, pelo interior do box de seus vizinhos. Essa conformação acaba causando pouca

mobilidade entre feirante e freguês e entre o feirante e a própria feira, por isso alguns feirantes se mantêm do lado de “fora” de seus boxes, no corredor de circulação, espaço regularmente concedido ao freguês, para ter uma mobilidade maior, interagir e movimentar-se com mais fluência naquele exíguo espaço. Aos feirantes que possuem boxes nas extremidades ficam mais soltos, pois a entrada de seu box fica livre para si, sem impedimentos e sem provocar constrangimentos.

De acordo com a carta acima o mercado de carne, hoje chamado de complexo de hortifrútis pela prefeitura e por alguns feirantes, possui 154 boxes destinados a hortifrútis; no entanto muitos desses boxes estão fechados, ou porque não convém para o dono o abrir, já que ele está envolvido em outra atividade fora da feira, como é o caso do irmão de seu Henrique, que trabalha na feira somente quando está desempregado; ou, ainda, quando o box está fechado porque funciona como depósito e, também como uma forma de impedir que outros feirantes adentrem a feira e passem a fazer concorrência. Manter um box fechado garante, algumas vezes, menor concorrência. Este é o caso de Rubens, que vende produtos medicinais, quando afirma que, “*É melhor eu deixar ele fechado aí, do que ter alguém vendendo a mesma coisa que eu aqui!*”⁶⁸. Rubens com o irmão utilizam cinco boxes para a venda, e possuem mais três em frente a esses cinco, que os mantêm fechados, evitando assim concorrência; mas como justificativa o utilizam como depósito; tendo em seu interior caixotes de madeira vazios, jornais e sacos, que dão ao box a aparência de que estão cheios.

Área da carne

Entrando no mercado pela Av. José Bonifácio, e pegando o primeiro corredor à direita, adentramos o mercado pela área ou corredor das carnes vermelhas. Este corredor é dedicado somente à carne vermelha; ele é longo e se estende até o final da feira, sendo que seus últimos boxes são voltados a venda de peixes resfriado e em cortes, do lado direito; e de peixe fresco no lado esquerdo, deste espaço do peixe falaremos mais à frente. Neste espaço a cor que predomina é o vermelho, da carne, seguido pelo branco, das instalações, em especial das paredes interiores revestidas de azulejos brancos.

Os boxes de carne são em alvenaria, revestidos em lajota branca até um metro e meio da altura do solo. As paredes laterais acompanhavam a altura das lajotas. O azulejo

⁶⁸ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 12 fevereiro de 2017.

branco facilita a limpeza, e também a evocava. Ao fundo da maioria dos boxes fica uma barra com os Ss que sustentam as carnes. A frente dos boxes há em sua maioria, refrigeradores que mantêm a carne resfriada; isto depois da entrega do mercado revitalizado, uma imposição da prefeitura. Antes desta última revitalização a refrigeração não era exigida, assim, muitos açougueiros não possuíam refrigeradores ou freezers para a conservação da carne, utilizando isopores para sua manutenção. Desta forma, após a exigência da prefeitura, alguns feirantes não conseguiram comprar o refrigerador adequado e, deste modo, não puderam voltar a vender seus produtos na feira - tive relato de apenas dois dentre os açougueiros, não o terem conseguido -, no entanto, a maioria o conseguiu. Mesmo com a exigência de as carnes estarem em refrigeradores, muitos ainda a deixavam pendurada atrás de seus balcões, expostas fora da refrigeração, em evidência, a uma altura de aproximadamente dois metros. Esses boxes são, especialmente, os que ficam do lado direito da entrada da feira; ou seja, boxes que encostados à parede do mercado, parede alta, facilitando a exposição da carne. Os que ficam do lado oposto do corredor têm as paredes da altura das lajotas, ou seja, em torno de 1 metro e meio, seja das laterais, sejam as paredes de fundo do box, não sendo possível que a carne possa ser exposta àquela altura.

Geralmente a frente do box é ocupada pelo refrigerador de carne em quase toda a sua extensão, como no caso do box do Sr. Walter, ficando uma menor parte destinada a uma pequena mesa, ou um suporte para corte, que também serve de passagem ao ser levantada; ainda que sirva, principalmente, de suporte para que as trocas se realizem.

A composição deste corredor dedicado aos açougueiros, é de um bloco só de boxes enfileirados, tendo ao meio dele uma abertura do lado esquerdo, assim como no final do mesmo lado, onde é possível se passar para as demais áreas da feira. Ao meio, este corredor faz ligação com a área dos condimentos, e com a área do frango e do peixe em seu final. A interação aqui fica um pouco mais difícil se compararmos com a disposição e a construção dos boxes dos peixeiros, pois aqui as paredes chegam a 1 metro e 60 centímetros de altura, acrescenta-se a isso os refrigeradores para a manutenção da carne que ficam instalados na frente dos boxes. Alguns desses refrigeradores, como o do seu Reinaldo, tem cerca de 2 metros de altura. Os refrigeradores, a partir do novo mercado, passaram a atuar também como vitrines de carne. Como a maioria dos refrigeradores têm divisórias compostas por espaços destinados às carnes que ficam penduradas, outros às carnes que devem ficar deitadas, outras ainda colocadas em

bandejas para carnes picadas ou moídas. Esses refrigeradores acabam por organizar visualmente a apresentação da carne, ou seja, além de atuarem como ambiente de conservação da carne, os refrigeradores atuam como vitrines da mesma.

Área do Frango

A área do frango possui apenas cinco boxes, localizados no final dos hortifrúteis entre o quarto e o quinto corredor. Esses boxes foram feitos no mesmo padrão do box destinado à venda de peixes, em alvenaria, com paredes baixas e revestidos de azulejos brancos com espaços para que se coloque, no entanto possuem características diferenciadas. São mais largos, não possuem o mesmo tipo de refrigeração dos boxes da carne, mas possuem freezers horizontais. O frango fica exposto em cima do balcão, em alumínio; o que acaba por descongelar os que estavam congelados, visto que a venda se baseia em frango congelado não abatido na hora – os frangos que são abatidos na hora ou de granja são vendidos fora do mercado de carne, em pequenos comércios localizados em frente a este mercado pela passagem Mucajás. Nesses boxes de venda de frango também é vendido salsichas, calabresas, sejam ou não confeccionadas de carne de frango.

Área do Peixe

Essa área destinada aos peixeiros, tem por característica dos boxes as paredes mais baixas, se compararmos com os demais boxes da feira. Esta característica acaba facilitando a interação entre os feirantes; evidente na sonoridade provocada pelos feirantes de peixe. Em qualquer ponto da área dos peixeiros você pode interagir com outro mais ao longe, pois os muros dos boxes mal alcançam um metro e meio de altura. Talvez isto seja um dos fatores que contribua para uma maior interação e reverberação interativa. É interessante notar a disposição desses boxes de peixes, que não é necessariamente por conta da maneira como estão distribuídos na feira – também formando pequenos corredores nas verticais e horizontais, em um plano de jogo da velha, fácil de ser percebido e permeado pelo usuário da feira. No mesmo padrão dos boxes de carne e de frango foi feito os boxes dos peixeiros. Revestidos de azulejos brancos até a altura das paredes laterais e de fundo, que nesta área tem a mesa altura, em torno de 1 metro e meio, com parapeitos revestidos de granito cinza, com balcão a frente para a exposição dos peixes em bandejas de plásticos e/ou de alumínio. No interior do box dos peixeiros fica

com frequência uma mesa para o corte e limpeza do peixe, um suporte alto em que é colocada a balança, um grande isopor ou freezer, uma pequena pia em inox com torneira, cerca de três tomadas, uma em cada parede - duas nas laterais e uma na parede de fundo -, ainda podemos encontrar os instrumentos de trabalho que incrementam o box, como dois conjuntos de sacos diferentes e um punhado de jornal, facas e facões, machadinhas, cutelos, bandejas, pedra de amolação de facas, martelos, pequenos barretes que ajudam no corte da cabeça do peixe, e pequenos pertences pessoais, como sacolas, bonés, uma peça do vestuário, geralmente uma camisa, etc...

Logo após a entrada destes no novo mercado, os peixeiros ainda utilizavam muito dos equipamentos e instrumentos antigos. Por exemplo, a mesa de corte de Jota e de seu Max eram ainda aquelas pertencentes ao antigo mercado, feitas em tora de madeira, antiga, e, segundo a prefeitura, por questões de higiene deveria ser trocada.

Figura 37: Mesa de corte e tratamento do peixe em setembro 2012.



Fonte: Pesquisadora.

Após alguns meses elas foram substituídas por uma outra com superfície de alumínio, mais prática, mais ampla e, segundo Jota, segundo os referidos feirantes, mais higiênica para o corte e tratamento do peixe e seguindo a orientação da prefeitura; assim, os peixeiros concordavam e entendiam a necessidade da mudança. Poucos relutavam,

mas acabavam se adequando às novas imposições da Prefeitura. Esse mesmo padrão seguia para os boxes dos que vendiam frangos (apenas 3 feirantes, que ficavam, como observei, em frente a alguns boxes de peixe), peixe salgado (apenas 1 feirante). Para o que vendia caranguejo, pois há somente um feirante no Guamá que vende caranguejo, era destinado uma espécie de tanque, onde os animais podem ficar vivos e isolados, estando assim o frequentador da feira protegido de suas pinças e, portanto, manuseando-os com mais liberdade e facilidade, o tanque também era apropriado neste caso porque impedia a fuga do animal ainda vivo, pois assim era preciso vendê-lo. Também é feito em alvenaria e revestido de azulejos brancos, mantendo o padrão estabelecido. Devido ao formato do espaço concedido ao caranguejo e siri, um tanque, e não um box, não cabendo um espaço interior reservado ao feirante, este encontra-se no corredor para poder vender o seu produto.

A área dos peixeiros é o final do primeiro ao quarto corredores. Esta área tem uma disposição de boxes mais compactos, ou seja, menos longa e mais quadrada – se comparada com a área reservada aos açougueiros - composta de 4 corredores perpendiculares à Av. José Bonifácio e que acompanham, na paralela, a passagem Mucajás, e dois horizontais, no sentido da Av. José Bonifácio. Eles ocupam quase a totalidade dos fundos do mercado, dividindo o espaço com a alimentação, com o relojoeiro (01 box), o amolador (01 box) e a venda de plástico e descartável – aquele da dona Lulu com 04 boxes -, isto do lado que dá para a passagem Mucajás, e, do lado oposto, colocado a parede, entre os banheiros e os açougueiros.

Área do Camarão e Camarão Seco

A maior parte dos boxes que vendem camarão seco ficam em frente dos boxes de alimentação. A feira possui cerca de sete boxes destinados a essa venda. Mas, durante o percurso desta pesquisa, dos sete boxes um estava fechado, e os outros seis eram divididos entre três feirantes. Segundo a feirante dona Jussara, o camarão mais procurado, e o que mais sai, é o camarão seco que vem do Maranhão.

Quanto ao camarão fresco, este é vendido por dona Maíra, que possui um box e fica próximo dos peixeiros. Dona Maíra, além de Jota que vende peixe, é a segunda mulher naquele ambiente masculino. É risonha, simpática e possui o mesmo temperamento, voltado para o humor, dos demais peixeiros de seu entorno. Talvez por

hábito ou contágio. Dona Maíra trabalha ali há mais de 25 anos, e quando me responde mal me olha, mas faz questão de responder alto e olhando um pouco acima, parece querer chamar atenção para suas maneiras brejeiras, de quem está chamando atenção. Esse comportamento de dona Maíra me lembra o comportamento de seu Mateus que é considerado por muitos, a pessoa mais engraçada do pedaço, na área dos peixes. Volto a lembrar da reciprocidade (MAUSS, 1991), e intuo que aí também ela está presente. Note que dona Maíra, ao ter o comportamento similar aos de seus pares, no caso os peixeiros; ela, com eles, procura dialogar e retribuir a simpatia que ela própria sente. Mas sobretudo procura manter e cultivar a interação quotidiana. A recíproca se ocorre em forma de brincadeira que causa prazer, ou o desprazer, mas que interage. Há um jogo nessa relação, um jogo de dar-receber-retribuir em forma de brincadeiras, jocosidades, vontades, gracejos, expressas em palavras, em sons, em expressões; um jogo de dar-receber-retribuir afetos e desafetos, através dessa vivência. Mas não só isso, há também a reciprocidade em pequenas maledicências, xingamentos, deboches; as reciprocidades também nos seus aspectos assimétricos (CASTRO e CASTRO, 2016).

O interessante está na conjugação entre a disposição dos boxes - na forma que relatei acima, e na altura de suas paredes-divisórias. Essa disposição/altura boxes permite uma interação entre os peixeiros, pois os mesmos não precisam sair de seus boxes para visualizarem toda a área dedicada aos peixeiros, basta fazerem uma volta de 360° graus – para os que têm seus boxes localizados no meio da área - para se aperceberem de tudo que passa na área; e para os que ficam nas encostas das paredes, melhor ainda essa percepção. Poucos boxes possuem algum pequeno impedimento, no entanto, em relação aos demais boxes da feira estes são, em termos de possibilidades interativas, aqueles que permitem uma participação maior do usuário da feira no processo de interação, seja visual e/ou auditiva.

Área do coco, da goma e da mandioca

Esta área é o prolongamento do terceiro e quarto corredores dos hortifrúteis. Ela é destinada aos feirantes que vendem o coco, a macaxeira ralada e a goma para confecção da tapioquinha⁶⁹, e do tacacá – seus principais produtos vendidos, mas onde encontramos

⁶⁹Tapioquinha. Beiju feito da goma retirada da mandioca, a priori pode-se considerar um resíduo do tucupi; ou o tucupi, o resíduo da goma. Ver nota de rodapé na página 21.

também a venda de polpa de cupuaçu, milho verde para mingau, farinha de arroz, canela em pó, vitamilho para cuscuz⁷⁰. O bloco de boxes onde se concentram esses vendedores mede 11,80m de comprimento por 1m de largura. No entanto ambos os corredores deste bloco de boxes são partilhados com outros tipos de produtos. No terceiro corredor é partilhado com os feirantes que vendem condimentos semi-industrializados e industrializados; e no quarto corredor com os boxes-mercearias, que vendem chouriço, toucinho, macarrão, feijão, e manufaturados alimentícios em geral.

De acordo com a planta baixa acima, nós podemos identificar 20 equipamentos que compõem a área; no entanto, esses boxes são divididos, não equitativamente, entre quatro feirantes, segundo o senhor Márcio⁷¹. No entanto, a divisão in loco não nos evidencia esses 20 boxes! E esta nossa percepção ainda é distorcida pelo fato de encontrarmos somente quatro feirantes que dividem a totalidade dos boxes destinados a venda deste tipo de mercadoria. Seu Mário dispõe de dois boxes, dona Matilda de três, dona Suely de seis e dona Inácia, de três. Mas a conta não bate com a planta, nem para mim, nem para seu Mário, nem para a planta abaixo. Ora, contabilizo quatorze, não bate com a planta baixa fornecida pela administração. Mas podemos apenas sintetizar a informação conforme o que me é repassado pelos próprios feirantes, como o fiz logo acima.

Esses boxes mantêm o mesmo padrão dos boxes de tempero e de hortifrúti; são feitos em alvenaria na parte de baixo, em sua base, e gradeado acima do balcão. No entanto possuem algumas pequenas diferenças, como a altura da base, um pouco mais baixa que a dos hortifrúti, medindo 0,80, a abertura dos boxes vai variar de acordo com o tamanho da totalidade dos boxes que o feirante possui, que pode chegar de 1,20m a 2m. Outra diferença que encontrei, está apenas nos balcões de seu Mário e dona Suely, são que ambos os balcões são revestidos em alumínio. Segundo seu Mário, o alumínio facilita

⁷⁰ Essas informações sobre os produtos vendidos nesta área, além de terem sido observadas por mim, me foi confirmada pelo senhor Márcio, feirante do local em 23 de maio de 2017.

⁷¹ Nem sempre o feirante gosta ou quer falar o número de equipamentos que possui, pois segundo a prefeitura o feirante tem o direito de ter até, no máximo, 3 equipamentos, o que na prática não acontece. Logo próximo a esta área já podemos notar que uma feirante de hortifrúti possui 5 equipamentos, sendo que dois deles não estão em seu nome, mas em nome de um familiar que com ela trabalha.

a limpeza e o balcão “*parece mais limpo, diferente do escuro e encardido que fica com o tempo. Aqui é só passar um pano.*”⁷²

Na parte interna, há duas pias com torneiras à disposição desses feirantes, uma fica em uma ponta, entre o box de seu Mário e dona Suely, e a outra, que fica no box de dona Matilda, e serve a este box e ao box de dona Kátia. Isso é importante porque eles trabalham com o coco, e para a venda de sua carne, já madura, precisa-se de um local apropriado para escoamento da sua água do coco, que não é vendida e raramente consumida pelos feirantes – seu Mário costumeiramente doa a água de coco a uma freguesa que passa quase diariamente para pegá-la, pois ela faz academia e prefere beber água de coco. Essas pias evitam que a água do coco seja jogada ao chão, e o box e o local de seu entorno fiquem molhados ou úmidos, gerando meleira. Esses feirantes também precisavam com frequência lavar seus utensílios de corte, como o facão que usam pra quebrar e cortar o coco, cortar e descascar a macaxeira; lavar a máquina que rala o coco ou a mandioca; lavar o crivo; lavar constantemente as mãos que trabalhavam com o coar da goma; ou seja, cuidar de série de instrumentos de trabalho que, para manter a higiene de um produto perecível, como o coco, precisam ser constantemente lavados; além de lavar as próprias mãos, pois precisam ralar a macaxeira e o coco, coar a goma, e sujam as mãos com essas mercadorias.

A passagem de entrada e saída desses boxes – ou bancas - foi concebida da mesma maneira que os hortifrúteis. O feirante que tem seu box localizado no interior do corredor deve passar pelo interior do box de outro feirante até chegar no seu. Além da pia com torneira, também podemos encontrar no interior desses boxes uma máquina que rala o coco e/ou mandioca – geralmente essas máquinas ficam em um canto interno da banca, na beira interna, proporcionando o espaço adequado para que um recipiente receba a mercadoria ralada; uma grande peneira ou crivo, quadrado, por onde coam a goma que será vendida já pronta para se fazer a tapiquinha, uma balança, bacias de alumínio para a colocação da goma que será coada ou já coada, bandejas de plásticos com a mesma função, sacos plásticos pra venda dos produtos, além de outras pequenas coisas pessoais como touca de cabeça – quase todos os feirantes desta área usam touca, no entanto as vezes podemos encontrar um ou outro que tenha ou esquecido de colocar ou que esteja sem esta para o fazer -, sacolas, bolsas e outros. Na parte de baixo e de dentro desses

⁷² Seu Márcio, em entrevista concedida em 24 de março de 2016.

balcões, assim como nos boxes dos hortifrúti, há armários para que o feirante possa guardar suas mercadorias durante o período em que não estejam expostos ou trabalhando, protegendo-os assim. A pintura externa do balcão é branca, diferente da pintura dos hortifrúti e da mercearia, assim como da área que vende condimentos, como veremos conforme expomos as áreas da feira.

O gradeado da parte superior desses boxes permanece cinza, como em todos os boxes das demais áreas da feira que utilizam o gradeado ou portas sanfonadas em ferro. Estes boxes da área do Coco – como aponta a placa de identificação - estão na mesma disposição dos boxes de hortifrúti e em corredores contínuos. Neste bloco de boxes a exceção é feita para o box de Gilson que vende verduras nos boxes que estão, segundo ele próprio e a irmã, no nome da avó junto à prefeitura.

Quem entra pela Av. José Bonifácio, o local reservado a esta área fica na perpendicular acompanhando o segundo corredor de hortifrúti, tendo seus limites entre os boxes de hortifrúti e os boxes de peixe, e em frente aos boxes destinados aos temperos de um lado, e de outro lado dividem o corredor com a área destinada a mercearia.

Área da Mercearia

Outra área da feira é aquela concedida às mercearias. As mercearias formam blocos de alvenaria como mostra a imagem abaixo; são feitas em alvenaria, e tem a estrutura de pequenas caixas cobertas com tetos em formato piramidal com uma pequena abertura gradeada em seu topo - permitindo assim que, quando fechadas, as mercearias não fiquem abafadas, segundo dona Célia. Elas são, devido a isto, completamente isoladas uma das outras, o que impede a circulação entre elas, como acontece nos boxes voltados a venda de condimentos – onde muitos vendem produtos de mercearia, ou entre os boxes de hortifrúti; assim como a circulação de ventilação. Abaixo podemos observar na imagem uma parte desses blocos de concreto destinados às mercearias, em azul; e à venda de camarão seco, em amarelo.

Podemos notar uma divisão no teto gradeado, o que indica a divisão de uma mercearia, pois cada uma delas é voltada apenas para um corredor. O teto piramidal indica o espaço de duas mercearias voltadas a corredores opostos. Elas seguem o mesmo padrão dos boxes destinados ao camarão seco e aos descartáveis.

Diferentemente do corredor de hortaliças, de hortifrúti, de peixe e de carne; esses boxes são fechados até o teto com uma pequena abertura no topo para circulação de ar. Esse topo ainda é gradeado, para evitar a entrada de ratos, segundo dona Graça. São como caixas de alvenarias que tem suas aberturas na frente. Medem cerca de 1m por 1m. A altura com abertura chega em torno de 2,30m. na parte interna é mais alta ainda, mas não consegui medir por falta de estrutura.

Figura 38: Imagem dos equipamentos fechados em alvenaria que abrigam as mercearias e os boxes de camarão seco.



Fonte: Imagem registrada pela pesquisadora em 10 de dezembro de 2016.

Cada uma delas possui uma entrada específica independente das demais. A entrada e saída das mercearias ocorre da mesma forma que nos boxes de peixes. De acordo com a planta apresentada no início deste capítulo, existem 26 mercearias dentro do mercado do Guamá. Elas vendem produtos industrializados como enlatados e outros que vão de arroz a cigarros, laticínios, detergentes, desinfetante, salsichas, alho, vassouras, mortadelas, leite em pó, café, óleo, vinagre, papel higiênico, sabonete, uma panóplia de coisas, funcionando como um mini supermercado. Seu interior é geralmente revestido de prateleiras onde ficam a mostra os produtos a serem vendidos. Na parte da frente, aquela que separa o feirante do freguês, há um balcão de um metro de altura. O tamanho padrão do equipamento mercearia é de 1,82m de largura de frente; 0,82m de altura da bancada; 1,20m de altura da abertura; 1,29m de profundidade interna; 1,67m de profundidade alcançada até o balcão (área externa). Desta maneira, dois equipamentos já entregues, preparados aos feirantes que possuem os dois equipamentos – sem a separação entre dois boxes -, mede de largura 3,77m; ou seja, mede de frente, a parte mais importante para o feirante, pois é a parte que fica aberta aos frequentadores da feira,

possibilitando que o feirante exponha sua mercadoria em um espaço maior e mais atrativo para o freguês.

Naquele dia, naquela segunda feira, observo que muitas mercearias estavam fechadas. Ao conversar com Dário, filho de dona Sueli, da goma, Dário me informa que algumas mercearias estavam fechadas porque, ou não abrem dia de segunda feira ou então funcionam como depósito. Como já observei acima, muitos equipamentos funcionam como depósito, primeiro para garantir uma concorrência mais distante, como já me assinalou Guiomar, pois na área era só ela; segundo, que dá um certo conforto para o feirante que tem como guardar sua mercadoria e o fazer de depósito.

Converso com dona Léa e dona Carmem, vizinha do lado e da frente de Fátima, respectivamente. Elas me explicam que os boxes, antes da revitalização, eram feitos de tela, *“e a tela era grande, passava rato e tudo”*⁷³. Dona Carmem sente calor ali, por isso usa o ventilador direto, assim como dona Léa e Fátima; todos que trabalham ali na mercearia possuem seu ventilador.

Observamos a abertura na parte de cima. Agradeço as informações e sigo para a contagem das mercearias. Como muitas estão fechadas, não consigo definir quantas mercearias tem, pois, a divisão não é aparente entre todas; assim não sei exatamente quantas mercearias tem a feira. Pois, mesmo depois de entregue, como já observei, há certa rotatividade entre os feirantes. Decido me guiar pelo mapa acima, e contabilizo 26; mas não me convenço, pois nem todo feirante que tem os boxes destinados à mercearia, realmente a utiliza como tal. Procuro subir até a administração para contar a partir da cobertura de cada uma delas, em vão, pois muitos feirantes possuem os dois lados, e um só telhado pode pertencer a duas mercearias. Quem sabe em outra oportunidade.

Área da alimentação

O setor destinado a alimentação fica atrás da administração, em relação a Av. José Bonifácio, principal rua do bairro do Guamá. Esta área fica entre a administração a frente, e aos fundos os boxes do relojoeiro e do amolador de alicates; os boxes destinados a venda de camarão seco e de plástico e descartáveis do lado direito, e a passagem Mucajás do lado esquerdo. Esta área é composta por 7 boxes de alimentação – ainda que

⁷³ Dona Carmen, em entrevista à pesquisadora em 29 de maio de 2017.

institucionalmente, podemos ver através do desenho acima, que existe 14 boxes; assim, como nos demais espaços da feira, neste caso cada feirante ocupa, pelo menos, dois boxes, tendo assim duas aberturas para o corredor; exceção feita aos boxes das pontas que, devido ao posicionamento, tem um balcão que chega a ser mais que o dobro das demais. Esses equipamentos são feitos em alvenaria e revestidos de lajotas brancas, seus balcões em cimento queimado funcionam como mesas de refeições. Os mesmos são cercados de bancos destinados ao conforto dos fregueses; quando esses boxes encontram-se fechados, os bancos ficam amarrados uns aos outros com uma corrente com cadeado; outros ficam na parte interna do box.

Figura 39: Área da alimentação em 07 de novembro de 2015.



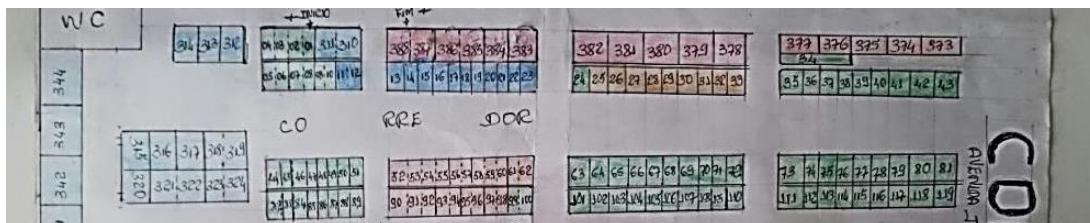
Fonte: pesquisadora

Apesar da Prefeitura de Belém ter colocado uma placa de lanches para identificar a área, os feirantes quando se referem a esta área a chama de área da alimentação.

Área das ervas

De acordo com a planta baixa apresentada, a feira deveria ter nove boxes voltados a esta comercialização. São os boxes de número 25 a 33, veja figura abaixo. No entanto, na hora de nossa contagem conseguimos contar 7 de um lado e dois do lado oposto. Apesar do número aparentemente bater com o da planta acima, sabemos que não podemos confiar nas divisórias, pois estas, de acordo com a necessidade do feirante frente ao número de boxes que ele possui e a mercadoria a ser vendida, foi alterada para melhor lhe servir. Desta maneira intuímos que os dois feirantes que vendem este tipo de produto possuem os nove boxes de um lado e mais dois boxes em frente a estes, no mesmo corredor. Outra questão interessante é que estes feirantes chamam seus equipamentos de ‘Banca dos ‘Remédios Naturais’; uma percepção diferenciada dos demais feirantes que, ou chamam seus boxes de box, propriamente, ou de equipamentos. O nome ‘banca’ entre eles, evoca um período pretérito, aquela feira antiga e velha, com suas bancas ainda em madeira e mal-ajambradas, segundo seu Gino.

Figura 40: Recorte da planta baixa acima referida



Fonte: Recorte da imagem exposta na parede da administração da Feira, ao lado da mesa do administrador em outubro de 2015.

Estes equipamentos ficam localizados entre aqueles que vendem frutas, de seu lado esquerdo, e os que vendem condimentos, do lado direito. Quanto aos seus vizinhos de fundo, são os açougueiros. Podemos observar mais de perto parte da planta e verificar que o tamanho dos boxes varia de acordo com a mercadoria a ser vendida, no caso os equipamentos voltados para a comercialização da carne são maiores do que o equipamento para a comercialização de ervas. Um tem como especialidade unguentos, pomadas e óleos; o outro ervas medicinais.

Figura 41: Área das ervas em 7 de novembro de 2015.



Fonte: pesquisadora.

Figura 42: Banca dos Remédios Naturais em 07 novembro 2015.



Fonte: pesquisadora.

Em frente a esses boxes pudemos observar boxes fechados que servem para depósitos. Novamente aqui nesta área encontramos a manutenção de boxes que ‘servem’ como depósitos localizados, ou ao lado ou atrás do box em atividade, pertencente ao mesmo feirante; pude induzir que se trata de uma pequena artimanha para garantir que

não haja uma concorrência colada ao referido box e, por outro lado, uma artimanha também para garantir certa distância de um feirante do qual não se tenha simpatia. Isto acontece, por exemplo, entre os boxes de Guiomar e de Lúcia, ambas vendedoras de frutas, que mal se olham, não se cumprimentam; ainda que a família de Lúcia possua seis boxes, um em frente ao outro, e, além de frutas vende, também, legumes. A relação entre ambas pode ser inferida através das disposições de caixotes colocados entre os dois boxes, impedindo a completa comunicação interna entre os feirantes dos dois boxes. Importante lembrar que este conjunto de blocos de boxes tem como proprietários somente Guiomar e Lúcia, mas que os boxes estão, em ambos os casos, nos nomes dos parentes. Assim cada uma dentre elas entra em seus boxes pelas extremidades respectivas. Guiomar, ao longo desses quatro anos de pesquisas, passou de dois para cinco boxes. Lúcia, que também trabalha com a família, tem mantido os mesmos seis. Sim, lembremos que apenas três equipamentos desse mercado podem estar no nome de um só feirante; desta maneira o arranjo é feito colocando o equipamento no nome de um familiar.

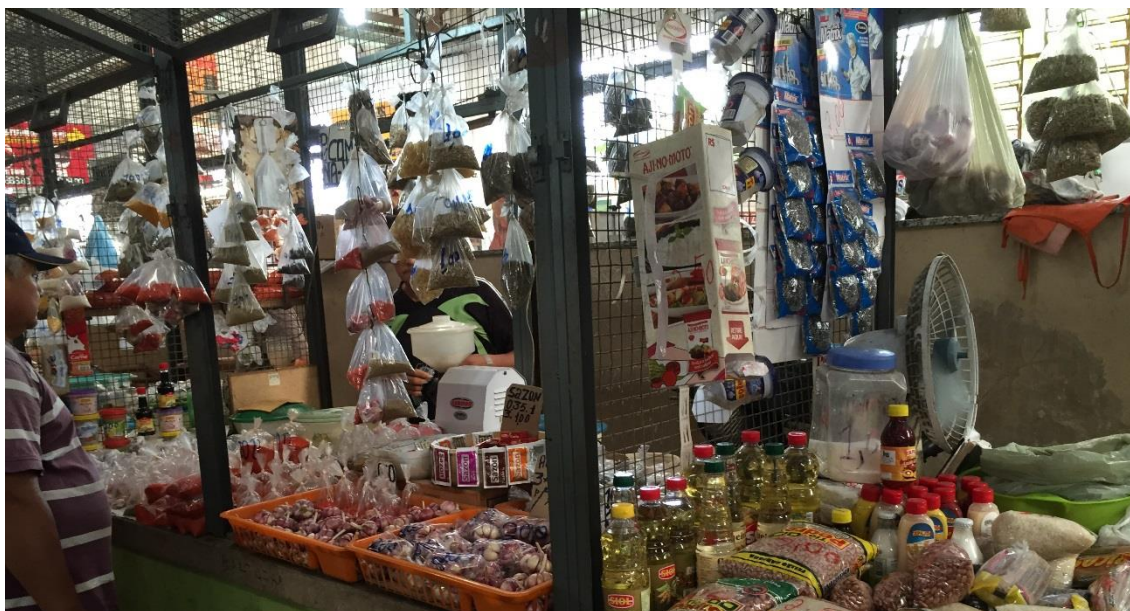
Da mesma maneira age Marcius, que mantém em funcionamento seus dois boxes de ervas, sendo que o box em frente a esses dois também o pertence, mas ele o utiliza enquanto ‘depósito’. Bem, ao observar o box, muito empoeirado, pude observar que ele raramente, e muito raramente, é aberto para o que quer que seja. Marcius mantém uns caixotes em seu interior, com mais algumas tralhas em madeira que mal podemos identificar, somente para justificar seu pertencimento, visto ser melhor ter um box como ‘depósito’ em suas imediações do que um box lhe fazendo concorrência, visto aqueles serem apenas dedicados ao setor da erva.

Área dos temperos

Procuo contar o total dos feirantes e dos equipamentos desta área destinada aos temperos, daquele pedaço a partir do box de seu Macarrão - a parte oficial, onde está escrito na placa da prefeitura acima de nossas cabeças -, terceiro bloco do segundo corredor. Consigo contar dez boxes, o que não bate com a planta baixa acima, pois esta me apresenta onze boxes, e mais dois boxes no bloco seguinte e mesmo corredor, pertencentes a dona Rosa ou a filha dela, o que dá no mesmo. E não estou considerando uma outra feirante – a maioria desta área são mulheres – que trabalham em boxes dispersos na feira, como Olindina, que trabalha logo no começo do segundo corredor. Minhas impressões visuais me levaram a crer que a cada lado daquele terceiro bloco de

boxes, do segundo corredor, possuía dez boxes de cada lado, mas pela planta baixa vejo que são onze, e fazendo as contas os números de cada lado do corredor são diferentes. Em vão eu e seu Maurício da goma, mesmo ela que trabalha ali há anos, não acertamos no número de box. Decido ficar com o da planta baixa, onze. Já estamos no final do horário da feira, já são quase 12h e hoje estamos em uma segunda feira. Quase todos os boxes estão fechados, apenas os das extremidades e o de seu Batista abriram hoje. Se não consigo obter essa informação contando, e nem através de seu Batista, mais difícil fica saber o número exato de feirantes. Por exemplo, dona Rosa possui um box ainda naquele bloco, mas mantém aberto outros dois boxes, que segundo ela, é da filha, que por hora está trabalhando no Boticário com carteira assinada, “*mas quando fica desempregada vem pra cá trabalhar, né?!*” Noto que mesmo nos temperos, uma venda aqui e ali, de R\$1,00 faz muita diferença. Desta maneira dona Rosa trabalha com três boxes não consecutivos, dois deles separados do primeiro por um corredor.

Figura 43: Área dos temperos em 07 de novembro de 2015.



Fonte: Pesquisadora

Quando observo que ali é a parte ‘oficial’ dos temperos – leia-se temperos para a prefeitura, o colorau, a pimenta do reino, o alho; o que não impede de ser vendido o

tempero industrializado -, é porque assim pensou a administração. No entanto encontramos o box de Dalva, que vende também tempero no meio dos hortifrúteis, por exemplo. Assim como os equipamentos voltados a venda de tempero também vendem mercadorias de mercearia, como enlatados, grãos como feijão e arroz, macarrão, e outras pequenas mercadorias semi-industrializadas ou industrializadas.

Área do caranguejo

Na área do caranguejo só encontramos um único feirante e, aparentemente, um único equipamento, este é destinado a seu Barbosa, o Rei do Caranguejo. Depois, a partir da planta acima, descubro que são dois equipamentos. Ninguém fala claramente quantos equipamentos possui, preciso sempre chegar bem perto, estabelecer uma relação de confiança, de proximidades, para que o feirante, com o tempo, diga quantos equipamentos tem. Seu box fica localizado no final esquerdo da área dos peixes, entre os boxes de seu Marcelinho, peixeiro, e o de dona Sinara que vende, basicamente, cheiro verde, salsa, chicória, pimenta e limão, ou seja, temperos básicos para a limpeza e o cozimento de peixes, mariscos e caranguejo.

Figura 44: Tanque com caranguejos em 7 novembro 2015.



Fonte: pesquisadora.

O equipamento de seu Barbosa na verdade é um tanque retangular em alvenaria revestido de azulejos branco, com o acabamento em lajota branca, acompanhando os

boxes de peixes. Nele os caranguejos ficam soltos e vivos. A mercadoria de seu Barbosa só tem valor de venda, se vendida viva, pois caranguejo é um alimento sensível de fácil perecimento.

Área de serviços e industrializados

Esta área é composta por dezesseis boxes conforme a planta baixa, mas somente nove estão em funcionamento, ocupados por 3 feirantes – Dona Lulu que vende descartáveis, ocupa seis desses boxes; seu Lima que conserta e vende relógios, ocupa dois boxes; e seu Silva que amola tesouras e alicates além de vender mercadorias importadas, possui um box. O box do Sr. Silva está quase sempre repleto de mulheres que esperam por algum serviço de amolação, em sua maioria a amolação de alicates de unha. Sempre podemos observar que a frente do box, geralmente, estão sentadas mulheres de todas as idades em um banquinho que o feirante disponibiliza para suas freguesas enquanto esperam que ele conserte ou amole algum objeto. O mesmo não acontece com o box que conserta relógios. Estes dois boxes ficam localizados ao fundo, do lado esquerdo da feira de quem entra pela Av. José Bonifácio e de frente para a passagem Mucajás, são os boxes 253, do amolador; e 254, do relojoeiro.

O outro box em funcionamento trabalha com pequenos produtos industrializados, na sua maioria importados da China, como relógios, bonecos de decoração que fazem algum tipo de barulho ou movimento, cabos, baterias. Seu forte são os relógios e a manutenção dos mesmos, como troca de baterias, pequenos consertos, troca de pulseiras, etc.

A administração

Há um bloco de alvenaria de dois andares construído entre o quinto e sexto corredor. Neste bloco ficam, além da administração da feira - hoje a frente o senhor Vando, na parte de cima, que representa os interesses da Secretaria de Economia e da Secretaria de Saneamento, ambas da Prefeitura Municipal de Belém-, uma sala que, desde 2016 passou a ser ocupada pela rádio da feira. Na parte de baixo além da área reservada à escada temos aberta para o quinto corredor um banheiro. Ainda neste pequeno bloco de alvenaria se encontra o batedor e vendedor de açaí, seu ‘equipamento’ é voltado para o setor de alimentação.

2.3.2 – O complexo da Farinha ou Mercado da Farinha.

O Mercado da Farinha, ou Complexo da Farinha, como é também chamado por muitos feirantes, é o prédio mais antigo. No início, segundo seu Rafa, era um mercado de peixe, que acabara por abrigar todo tipo de mercadoria. Foi na gestão do prefeito Resende⁷⁴ que

...desapropriou aquele espaço - apontando para o que chamamos hoje de mercado de carne ou Complexo de Abastecimento do Guamá - e passou todos os feirantes pra lá e não coube a farinha dentro. Então o que que ele faz? Então ele deixa a farinha fora! Na rua! Esse mercado passa então a ficar fechado. Antro de venda de droga, prostituição infantil, assalto, roubos, então... O que que era nosso primeiro desafio? É fazer com que o governo faça a reforme, tira nós do meio da rua e coloque nós pra cá! Então foi uma vitória pra nós! Sair do meio da rua e vir pra cá! Pra você ter uma ideia, esse estrado que você está sentando, ele é de angelim pedra – Seu Rafa faz referência aos bancos que são institucionalmente as bancas dos feirantes e que sustentam as sacas de farinha para que estas não fiquem no chão. – E tá completando agora dia 30 de agosto, 18 anos!” (Seu Rafa 19/01/2017)

Durante pouco mais de um ano, seu Rafa não soube me precisar, “*nossa feira ela funcionava aqui nessa rua...na piçarra – e aponta em direção da rua, Av. José Bonifácio com a Av. Barão e Passagem Mucajás, no cruzamento. Quando dava poeira no verão, poeira na farinha. Quando dava inverno, lama!*”⁷⁵. Seu Rafa me faz uma síntese das conquistas da Comissão que tratou da questão junto à Prefeitura⁷⁶. Impossível

⁷⁴Foi vice-prefeito de Belém de abril a agosto de 1983, e de 1988 até assumiu a prefeitura quando o então prefeito renunciou para disputar o governo. Rezende ficou no cargo de prefeito até 1 de janeiro de 1993

⁷⁵ Seu Rafa, em entrevista no dia 19 de janeiro de 2017 (<http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2012/12/ex-prefeito-de-belem-morre-na-madrugada-deste-sabado.html>).

⁷⁶ A comissão foi criada nesta época, diante da necessidade “*eu tenho 35 anos como feirante do Guamá. Em um determinado momento, devido as nossas necessidades, a gente sentiu que era preciso organizar os trabalhadores; em que pese o mercado tem todo o dia, em todos os momentos, a concorrência que é natural, de uma feira, do comércio; algumas pessoas entenderam que a gente precisava buscar organizar os trabalhadores. E somente a gente organizado a gente conseguia atender, a gente ia conseguir que as nossas reivindicações, que as nossas demandas, elas fossem atendidas. Então no Guamá, no caso, nós fundamos uma comissão. Essa comissão ela é formada por dois representantes de cada setor, tem os da carne, tem os do peixe, tem os do frango, tem os da farinha, tem os do horti... de cada coisa que você pensar que vende na feira, duas pessoas vieram fazer parte dessa comissão. Então se formou um grupo de 15 a 20 pessoas, representativas, porque todos os setores estão envolvido, pra poder buscar defender o interesse dos trabalhadores. O que que a gente faz? Primeiro a gente fez um levantamento das necessidades do mercado. Quais são nossos pontos fortes? Quais são nossos pontos fracos? A gente identificando quais são os fortes e os fracos, aí nós fizemos um planejamento. O que que nós queremos realmente? Quais são as prior... Tudo é prioridade. Mas quais são as prioridade das prioridades? Então eu começo aqui a minha vida sindical como representante (toca o telefone de seu*

falar do prédio da farinha, da feira da farinha e das relações ali existentes, sem falar com seu Rafa e do seu Rafa. Suas histórias estão entrelaçadas.

Hoje o complexo da farinha possui, segundo seu Rafa ⁷⁷, 43 equipamentos destinados a farinha – que são comumente chamados de bancas entre os feirantes dali; sob a responsabilidade de 28 permissionários; uma casa lotérica, uma lanchonete e, segundo minha contagem feita juntamente com a feirante dona Arlete, há 51 boxes para os industrializados, onde é vendido de roupas a pequenos equipamentos eletrônicos, brinquedos, etc.

Figura 45: Área da farinha em 16 de janeiro de 2017.



Fonte: Pesquisadora.

Figura 46: Área da farinha no dia e hora da lavagem da feira, em 19 janeiro de 2017.

Rafa, digo para ele ficar à vontade a atender... ele fala alguns minutos ao telefone...) ” (Seu Rafa em entrevista dia 19 de janeiro de 2017)

⁷⁷ Em entrevista no dia 01 de março de 2018.



Fonte: pesquisadora.

2.3.3 – O Complexo dos industrializados

A área subjacente ao mercado da farinha é uma área também destinada a feirantes que vendem roupas, ou seja, área que faz parte do complexo de industrializados e que fica “*ali pra trás*” (Madalena, 10 janeiro 2016) do mercado da farinha. Ele começa no interior do mercado da farinha e se estende para o anexo ao lado; aquela área que foi apenas coberta pela prefeitura e que, também, foi esquecida por ela. Como a prefeitura nada fez por aquele espaço, sua administração se exime de cobrar a taxa cobrada aos demais feirantes, àqueles localizados no mercado de carne e no mercado da farinha. Segundo dona Fátima o complexo, que vai da parte onde estão os boxes de sua irmã, já no anexo, até o final daquele anexo, é representado com duas vendedoras, dona Matilde, e ela, dona Fátima como vice.

Outrora era uma área outrora não coberta, um terreno cimentado, aberto. A partir de uma negociação junto a prefeitura a área foi coberta e fechada. Como foi coberta com telhas brasilites, e algumas dessas telhas são transparentes para a passagem da luz do sol, visto que não foi feito nenhum sistema de iluminação depois desta área ter sido fechada, os feirantes reclamam demais do calor. Dona Alda chegou a fechar com papelão uma das telhas transparentes, para poder impedir que a luminosidade batesse na direção de seu box, pois “esquentava demais meu local de trabalho”. De resto, o ambiente é escuro, o que existe são fiações feitas pelos próprios feirantes para que a feira possa estar iluminada e ventilada por alguns ventiladores colocados pelos feirantes. Pudemos contar naquele espaço 76 boxes, isto considerando boxes que funcionam para expor mercadorias, outras

como provadores de roupas, cinco como depósitos e um que permanentemente estava fechado, mas que há algum tempo atrás funcionava como uma pequena rádio local.

É evidente, para os feirantes, a precariedade deste local - onde dona Alda, dona Gilda e outras feirantes tem boxes - em relação aos demais, ainda que ele seja aparentemente mais limpo, até porque ali não se trabalha com comida; no entanto, como observou essas mesmas feirantes, o local parece mais abandonado se comparado com o local em que está localizado o box de Madalena. O piso é mais baixo, ficando no nível do calçamento da rua, o que não ocorre com o mercado da farinha, onde você precisa subir um batente para ingressá-lo.

Neste local a concentração é apenas de feirantes que vendem roupas e acessórios, poucos boxes estão fechados, os raros que ficam fechados ou servem como depósito – detectamos cinco assim utilizados, um de dona Silvana que vende pechincha; outro de dona Noêmia, que vende brinquedos em sua barraca na calçada da Av. Barão de Igarapé Miri; dois de um feirante do mercado de carne que o utiliza como depósito para suas coisas que precisam ficar congeladas, um ainda não pude identificar, nem mesmo com a ajuda das feirantes próximas.

Há uma concentração de mulheres trabalhando com roupas na feira. Encontro apenas dois homens que trabalhavam com roupas; no espaço em que fica localizado o box de Madalena encontramos seu João, que vende roupa masculina – camisas para mototaxistas, camisas de times de futebol e shorts em tãctel ou tecido semelhante; e seu Paulo, esposo de dona Fabrícia.

O piso é em cimento e nos corredores há canaletas (espécie de vala) coberta por uma grade, da época quando esta parte era descoberta e ainda chovia dentro e servia ao escoamento de água. Toda feirante tem seu vestuário para que a freguesa possa experimentar sua roupa. O da vizinha de dona Gilda está lajotado, tem um ventilador pequeno voltado para a freguesa que está experimentando a roupa, e uma pequena mesa que serve de suporte para colocar sacola ou bolsa, ou mesmo a roupa. Este é o único espaço lajotado desta área, é o conforto dado a roupa nova e a freguesa, evocando o bem trato e a limpeza do local.

Figura 47: Prédio da farinha onde fica localizado a área reservada aos industrializados.



Fonte: pesquisadora

O espaço tem o teto relativamente baixo e é coberto com telhas brasilites, sendo algumas dessas telhas transparentes. Esse tipo de estrutura – teto baixo, mais telha Brasilit e telhas brasilites transparentes - deixam o espaço extremamente quente para os feirantes do local; assim, todo feirante tem seu ventilador, seja em benefício de si, seja em benefício do freguês quando este experimenta alguma de suas roupas em seus boxes-provadores. Observemos na imagem abaixo a disposição do ventilador e das telhas transparentes.

Figura 48: Área dos Industrializados, anexo ao prédio da farinha, em 18 janeiro de 2017.



Fonte: pesquisadora

Esse anexo é composto por cerca de 73 boxes; mas que minha contagem não é precisa. Pergunto aos feirantes do local e, nenhum deles sabe me precisar. Seis boxes funcionam como depósito – um de dona Silvana, que vende pechincha; outro é um depósito de dona Suely, que vende brinquedos em uma banca fora do prédio, na calçada do prédio da farinha; outro funciona como o depósito de dona Carolina, de 82 anos, que vende em uma banca na calçada deste prédio, colada à parede, na mesma direção de seu box; outro box é de no Mariinha e do filho, que vende cintos e sapatos; finalmente o último box, não tem propriamente o box em ferro como os demais, é todo envolto em madeira; deste último não obtive informação precisa; funcionava anteriormente como uma rádio do local.

2.4 Desregulamentações espaciais: Adaptações e amoldamentos

A divisão de espaços que ressaltai acima corresponde àquela que encontramos nas placas indicadoras do mercado, nas forjadas pelos concretos, cimentos, ferros, tudo que delimita fisicamente cada espaço, cada lugar; divisões estas que corroboram por cercear ou expandir as maneiras de interagir; mas, por outro lado a recriam, assim esse espaço também funciona como um elemento que contribui para a construção das interações e da forma social feira.

As placas que indicam lugares no qual podemos identificar os produtos vendidos, são aquelas que ficam suspensas, acima dos boxes e na direção dos corredores, penduradas nas estruturas do telhado do mercado. Mas, como já observei acima, encontramos pequenas mobilidades por parte dos feirantes, que o fazem para se ajustarem melhor naquele espaço, e ampliam seu poder de venda, ou seja, de interação, enquanto feirante. É o que acontece com Tereza, que vende temperos em seu box destinado a venda desta mercadoria que fica localizado na área dos temperos; mas que também procura vender algumas mercadorias como macarrão, arroz, feijão. Desta maneira ela pode incrementar sua venda. Mas isso só é possível porque ela acrescenta um elemento a mais na sua oferta o que possibilita um nível mais elevado de interação. Maior é a quantidade e qualidade de elementos ofertados, maior é a capacidade de interação que aqueles elementos ofertados possuem! Tereza, que trabalha na área dos condimentos e temperos, vendendo também arroz, feijão, macarrão – ou seja, produtos de mercearia, não é a única a procurar essa forma de incrementar suas possibilidades de venda e, conseqüentemente, interativas e, assim, também incrementar suas possibilidades de comercializar e de satisfazer seus fregueses!

Figura 49: Feirante em seu box de temperos.



Fonte: Registro feito pela pesquisadora em 25 jan. 2017.

Assim, frequentando a feira, percebemos que há uma sutil desregulamentação dos espaços instituídos. Por exemplo, ao lado do caranguejo há dois boxes que vendem

limão, cheiro verde, chicória e qualquer outra folhagem mais miúda que sirva de tempero para peixes e frutos do mar. Ora, ali não é o espaço adequado para isto, já que é um espaço dedicado ao caranguejo. Mas ali, naquele lugar, dona Sônia tem a possibilidade de ofertar suas mercadorias a quem consome as mercadorias vizinhas, peixe e mariscos; desta maneira dona Sônia dá o suporte ao freguês quando este vai comprar o peixe e o caranguejo para comer. Mas observe, dona Sônia não foi parar naquele box porque ela quis; como ela observou, *“Eu fui mandada pra cá. Claro, no início eu estranhei, perdi muito, mas depois me acostumei e os antigos fregueses me acharam e voltei a vender. Agora tô bem, tô acostumada.”*⁷⁸ Desta maneira podemos observar que, mesmo a administração desregulamentou o próprio planejamento, visto que, aquilo que foi pensado no papel não coube, não se ajustou, às necessidades de cada feirante.

Outro exemplo que gostaria de evocar é a adaptação do feirante às formalidades impostas pela administração. Este é o caso de Fátima que, no mercado anterior vendia lanches, mas, depois da revitalização ela perdeu seu lugar antigo, sendo-lhe ofertado pela administração uma mercearia. Para melhorar o calor no interior do box Fátima colocou um ventilador em cima do balcão virado para dentro, assim, a sensação do calor diminuiu. Como já observei, os feirantes desta parte da feira, pelo que pude observar, quase em sua totalidade possuem ventilador. É um pouco de conforto para um trabalho árduo em ambientes pequenos e quentes⁷⁹. Impossível deixar de notar o ventilador que ocupa cerca de ¼ do balcão de Fátima, funcionando e voltado para ela. Diferentemente dos demais equipamentos da feira, como por exemplo o de hortifrútiis - que são gradeados vazados onde há certa circulação de vento; dos peixeiros e de alimentação - que tem seus muros divisórios baixos; e mesmo os dos açougueiros - que, apesar das laterais de suas divisórias, em alvenarias, não serem tão baixas, possuem abertura frontal e superior, o que facilita a circulação de ar; as mercearias são como caixas em alvenarias compactas que, cheias de mercadoria, deixam um espaço exíguo para que o feirante possa se locomover e tenha espaço de circulação. Evidente notar que esse equipamento cumpre muito bem sua função; segundo dona Fátima e dona Graça, *“são bem melhores que os anteriores”*⁸⁰, o uso do ventilador serve para dar conforto a quem trabalha ali.

⁷⁸ Dona Sônia, em entrevista em 08 fevereiro de 2017.

⁷⁹ Note-se que o calor, e a sensação de calor provocada pela umidade da região não é só característico da região equatorial que habitamos, mas é também sentida na pele por quem aqui vive.

⁸⁰ Dona Graça, em entrevista concedida em 25 janeiro 2017.

Antes de vender descartáveis, dona Fátima passou um ano e meio sem saber o que ali vender; e permaneceu com o seu espaço fechado. Segundo ela, na sua nova localização na feira, ela não poderia, por conta das normas do lugar, vender os lanches que outrora vendia. Assim, seguindo o conselho de sua filha mais nova que, segundo ela é muito esperta e virada, passou a vender descartáveis, “*porque era somente a dona Lulu que vendia ali.*”⁸¹ De fato, um único box vendia todo tipo de descartável na feira, era o box de dona Lulu. Assim, o marido de Fátima, que é açougueiro na ferira do Guamá, e trabalha ali naquele mesmo mercado, deu o dinheiro necessário para que ela iniciasse seu negócio. Assim, com a ajuda da filha mais velha, dona Fátima voltou a trabalhar na feira desde 2014.

Fátima possui um equipamento, onde pudemos observar a disposição em prateleira de suas mercadorias como sacos, copos, talhares plásticos, chips para celulares, suas máquinas de crédito para celular, seus pertences, o lanche da sobrinha, e mais uma miscelânea de pequenas coisas pessoais e de suporte para a realização de sua venda, como um grampeador, fitas gomadas, fitas durex, material publicitário de empresas de celular, imagens de gatinhos, cachorrinhos e crianças retiradas de revistas, calendário (folhinha), algodão, acetona, tesourinha, um aparelho de som. Um ventilador fica, quando o box está aberto, em cima do balcão, virado para seu interior. Já comentei sobre isto no capítulo anterior. Apesar do espaço ser conciso, ele dá suporte para que a sobrinha de Fátima, Joyce, venda seus pequenos lanches pela feira. Joyce é estudante de enfermagem, tem Fies, e para pagar seus estudos e ter dinheiro para seu ônibus, assim como para o que for necessário, Joyce vende pequenos lanches na feira, é ambulante. Vende pedaços de pudins, pedaços de tortas doces, salgadinhos, docinhos, mousses, enfim, o que for possível Joyce colocar em copinhos de plásticos com tampa, ela vende. Caso o alimento prescinda de colher ou garfo, vai uma colherzinha ou garfinho colado com fita durex na tampa que fecha o copo.

Além disso, ainda encontramos nas imediações dos mercados os vendedores ambulantes de CDs e DVDs, vendedores ambulantes que frequentam os mercados vendendo seus produtos; vendedores ambulantes de alimentação, seja com suas pequenas vasilhas em plásticos, seja com seus aquários⁸²; vendedores ambulantes de produtos de

⁸¹ Dona Fátima, em entrevista a pesquisadora em 14 janeiro 2017.

⁸² Aquário é o nome que se dá para aqueles pequenos mostruários em vidro que é colocado geralmente na frente de bicicletas cargueiras, com salgados a serem vendidos.

higiene, como shampoos, sabonetes, cremes para cabelo e para pele, escovas de dentes, etc.; as lojas comerciais nas adjacências dos mercados e etc.; vendedores de pechincha nas calçadas; vendedores e fornecedores externos da feira, por exemplo, os que vendem gelo, e, também aquelas casas que são transformadas em pequenos negócios, como salão de beleza, serviços de fotocópias, e o que mais puder ser vendido e comercializado. Segundo seu Rafa e dona Gilda, aquela região é das mais caras, alugar e abrir um negócio ali não seria para qualquer um. Desta maneira ambos me indicam o quanto é dinâmica e rentável a feira do Guamá. *“Então nós estamos dentro do metro quadrado mais caro, mais valorizado comercialmente, falando de imobiliária, do bairro do Guamá. Que é o sonho de qualquer empreendimento, é estar aqui!”*⁸³. Um metro quadrado disputado sutilmente em quando o feirante estende seu box para o corredor do mercado; quando consegue um espaço na calçada legitimado pelo box no interior do mercado da farinha.

Capítulo 3

⁸³ Seu Rafa em entrevista no dia 19 janeiro de 2017.

Elementos teóricos e metodológicos para uma compreensão do gosto na feira⁸⁴

3.1 Pontos de partida: em busca da “carne” do mundo

Como e por que fazer uma etnografia para compreender o gosto? E de que gosto estamos falando? Vamos direto ao ponto, a este último ponto: o gosto sobre o qual falamos não é o gosto substantivo ou qualitativo; ou seja, não é o gosto como uma substância aderente a alguma coisa, e nem o gosto como a qualidade intrínseca de alguma coisa. Nem uma propriedade do objeto e nem um privilégio do sujeito. Falamos do gosto como verbo: como a ação social, intersubjetiva, de partilhar uma disposição sensível. Pensar o gosto dessa maneira nos permite colocar o gosto não como instância última de uma dada relação social, mas como processo. Ou seja: as pessoas não estão próximas em um dado contexto, porque possuem um gosto em comum, mas, ao contrário, é porque, no ato de partilhar um gosto, num dado contexto, que se tornam próximas. Dessa maneira, acreditamos que o gosto está naquilo que, socialmente e como predisposição, é partilhado num dado ambiente: o gostar-em-comum, o gostar-com, o gostar-junto, a “estética predominante” que contribui para a coesão social.

É desse gosto que estamos falando. O que nos leva às duas primeiras questões: Como e por que fazer uma etnografia do gosto? O “por quê” decorre diretamente do que acabamos de explicar: pensamos que o gosto contribui para a sociação (SIMMEL, 2006), porque é um elemento que produz a coesão social e, como tal, um fenômeno social importante, que merece ser estudado. E, nesse sentido, nos parece evidente que a etnografia constitui uma abordagem preferencial para entender o gosto, pois ela nos permite compreendê-lo enquanto verbo, enquanto ação social.

Já a questão do “como” fazer uma etnografia do gosto, bom, essa questão merece uma reflexão maior, mesmo porque é ela que conduz as demais. Em primeiro lugar, quero dizer que não buscamos fazer uma antropologia dos sentidos, mas sim uma antropologia

⁸⁴ Partes das reflexões deste capítulo foram desenvolvidas ao longo de minha etnografia na feira e durante o mestrado e o doutorado. Estas reflexões estão presentes em Castro, 2013, 2017, 2018; Castro e Castro, 2016, 2017a, 2017b, 2018.

do gosto. E, para alcançá-la, procuramos apoio numa etnografia sensorial (PINK, 2012) e numa abordagem fenomenológico-arqueológica.

As duas perspectivas, a partir de nossa interpretação, são coincidentes. Quando falamos em abordagem arqueológica-fenomenológica nos referimos à nossa disposição de procurar evidenciar as camadas de sentidos do gosto na vida cotidiana da feira. Essa disposição, pensamos, está presente tanto na arqueologia, de maneira denotativa, como na fenomenologia, de maneira conotativa. Tematizamos, assim, a fenomenologia e suas camadas de sentidos e a arqueologia e sua camadas empíricas. Ambas fazem escavações, e nesse sentido fazemos a analogia colocada.

Assim procuramos escavar, desconstruir e desvelar, o quanto possível os substratos dessas camadas que conformam o gosto presente na feira. Deste modo, talvez consigamos interpretar os sintomas daquilo que se concretiza na feira, aquilo que se dá a ver, que se materializa e se concretiza. Desta maneira, procuramos observar como as camadas e os vestígios encontrados, através de nossas percepções sensoriais, conformam uma escritura que nos delinea uma forma de estar junto, uma forma social evidenciada através dos sentidos, das sensações e percepções, ou ainda, das práticas que evocam um gosto.

Essa disposição é próxima à ideia de uma etnografia sensorial (PINK, 2012), ideia essa que se tornou fundamental para esta pesquisa. A ideia de uma etnografia sensorial surge no contexto do debate sobre reflexividade no campo, especificamente sobre a natureza reflexiva da etnografia. Essa ideia está presente em Rabinow (2012), no momento em que ele discute o sentido da ideia de “interpretação”, com suas nuances e transparências. Também em Favret-Saada (2012), quando discute a “não-neutralidade” da antropologia e em Csordas (2012), nas suas reflexões sobre os temas da empatia e da intuição, bem como sobre a “transmutação das sensibilidades”. Ainda está presente em Crapanzano (2012), por meio do seu debate sobre o “encontro” com a alteridades e sobre as “doze generalizações” da antropologia; em James Clifford (1983), na sua discussão sobre o caminho que o antropólogo faz entre a experiência e a interpretação.

Todos esses autores, em alguma medida, discutem a respeito da dinâmica intersubjetiva presente no campo etnográfico, observando que ela produz alguns fenômenos centrais na natureza da reflexão antropológica, fenômenos como empatia, intuição, emoções, encontro e polifonia. Sugerem todos eles, também em alguma medida,

que é necessário prestar mais atenção para os efeitos da sensorialidade e da percepção no processo etnográfico.

Efetivamente trata-se, na verdade, da chegada, à reflexão antropológica, de um debate já importante no pensamento de Simmel (2006), Weber (2009) e na fenomenologia. Em relação a esta última, um debate presente na sua geral disposição interpretativa, mas, particularmente, na fenomenologia “sensível” de Merleau-Ponty.

A questão da sensibilidade é fundamental na obra de Merleau-Ponty. Ela se coloca no fundamento mesmo da sua reflexão, a partir da sua proposição geral de construir uma nova ontologia (*nouvelle ontologie*); ou melhor, uma nova possibilidade de alcançar e abordar o mundo da vida (*Lebenswelt*) – conceito que, em fenomenologia, significa o mundo não metafísico: o mundo propriamente dito, no qual a vida humana ocorre. Merleau-Ponty pretende explorar o que seria o mundo humano – ou melhor, como o mundo é tomado pelos indivíduos – antes de toda operação reflexiva, a qual lança o homem em direção à metafísica. Efetivamente, assim, ele pretende explorar como o mundo é sentido.

Nas palavras de Silva (2012), Merleau-Ponty pretende “*desbravar uma experiência selvagem do sensível, do mundo em estado bruto e arcaico antes da reflexão*” (SILVA, 2012: 1). E esse percurso em direção a uma nova ontologia seria estruturalmente sensível, posto que perpassado por um investimento ontologicamente corporal e intercorporal.

Merleau-Ponty explora o logos do mundo sensível, que equivale a uma pragmática do mundo: o mundo conhecido através da sensorialidade do corpo. Porém, superando a perspectiva psicológica clássica, que pensa nos sentidos como mediadores entre a consciência e o mundo natural, Merleau-Ponty procura perceber o encontro do indivíduo com esse mundo natural como um movimento de transcendência marcado pelo encontro, pelo contato. Por meio do seu corpo, o homem experimenta o mundo. Mas o faz de forma paradoxal, porque esse experimentar o mundo se dá como um duplo movimento: não apenas o de encontrar e sentir o mundo por meio dos sentidos, mas, também, de projetar esse encontro por meio de figurações intencionais. Esse paradoxo decorre do fato de que o corpo que encontra o mundo, por meio dos sentidos, tem uma atitude reflexiva diante do próprio fato de encontrar o mundo:

O enigma é que meu corpo é, simultaneamente, vidente e visível. Ele que olha todas as coisas, também pode se olhar e reconhecer naquilo que vê o “outro lado” de sua potência vidente. Ele se vê vendo, toca se tocando, é visível e sensível para si mesmo. Ele é um si não por transparência como o pensamento que só pode pensar assimilando o pensado, constituindo-o, transformando-o em pensamento. Mas é um si por confusão, narcisismo, inerência daquele que vê naquilo que vê, daquele que toca naquilo que toca, do senciante ao sentido (MERLEAU-PONTY, 1985: 18-19).

Como se sabe, a base da fenomenologia é a compreensão de que todo encontro com o mundo da vida – com o mundo da existência cotidiana – é um ato intencional. Intencionalidade seria o fundamento de todo fenômeno. Isso quer dizer que quando encontramos, sentimos algo do mundo, o fazemos com uma mente já carregada de expectativas, que faz com que cada coisa encontrada no mundo não seja algo “puro” de significações, mas sim como um prolongamento de si mesmo. Como diz Merleau-Ponty, “*para o ser que está no mundo as coisas, constituem um anexo ou um prolongamento dele mesmo, estão incrustadas em sua carne, fazendo parte de sua definição plena, já que o mundo é feito do mesmo forro que o corpo*” (MERLEAU-PONTY, 1985: 18-19).

A extensão entre corpo e mundo constitui a intencionalidade do ato de sentir o mundo. Essa ideia se traduz plenamente na famosa frase de Merleau-Ponty: “*a carne do corpo nos faz compreender a carne do mundo*” (MERLEAU-PONTY, 1995: 280), bem como na sua – menos famosa – frase escrita alguns anos mais tarde, que reproduz o sentido inverso: “*carne do mundo, que se pode, enfim, compreender o corpo próprio*” (MERLEAU-PONTY, 1964: 304). Trata-se da “síntese de transição” de que fala o filósofo (MERLEAU-PONTY, 1964), por meio da qual, a partir do contato sensorial de seu corpo com o mundo, “*o ‘sujeito que toca’ passa ao nível do tocado*” (MERLEAU-PONTY, 1964: 176).

O mundo da vida, o *Lebenswelt* – ou, ainda, o mundo da facticidade do estar no mundo – se conforma por intersensorialidade, ou por coesão estética, cabendo especificar que, para Merleau-Ponty, estética, ou *aisthesis*, significa essa intersensorialidade presente na relação intencional de estar e usar o mundo, inclusive por meio da produção de analogias em relação à sensorialidade das pessoas ao nosso redor: a *aisthesis* é, também, um sentir-com-outros, um estar no mundo comum.

A expressão “carne do mundo” representa tal intersensorialidade, pois sentimos o mundo por meio do “*tecido comum de que somos feitos*” (MERLEAU-PONTY, 1964:

257), essa “textura aderente” que inclui as outras pessoas, em cujas experiências aderimos intencionalmente: “*existe uma universalidade primeira da sensação. O universal não é o conceito, mas essa percepção em carne e osso, fundamento da minha relação com os outros*” (MERLEAU-PONTY, 1995: 112).

Assim, um aspecto central do pensamento de Merleau-Ponty é sua compreensão da intersubjetividade na construção da experiência sensível.

Outros autores tratam da experiência social sensível por meio de uma abordagem fenomenológica, como é o caso de Bourriaud e de Maffesoli. Bourriaud utiliza Althusser para explicar o que seria uma “estética relacional”: “*aquela que se inscreve numa tradição materialista [...] “materialismo do encontro fortuito”*” (BOURRIAUD, 2009: 25). Enquanto encontro fortuito está dentro de uma perspectiva de forma sincrônica. A forma é sincrônica, pois ela nasce no momento do encontro, ainda que os elementos que a conformam sejam diacrônicos. E a partir de seu nascimento ela gera laços. Laços que somente são possíveis porque os elementos que possibilitam essa ligação é, de acordo com Marx, transindividual, “*a essência da humanidade é puramente transindividual, formada pelos laços que unem os indivíduos em formas sociais sempre históricas [...]*” (BOURRIAUD, 2009: 25). A aglutinação que vai fazer surgir uma forma depende do contexto histórico que varia de acordo com o tempo e o espaço. Ou seja, fortuito, mas inserido em contextos sociais históricos, uma forma sincrônica advinda de formas sociais diacrônicas, ou melhor, de conteúdos que nos pareçam díspares e contraditórios.

Pensar em círculos é o que propõe Maffesoli (1995; 2000) para que possamos melhor compreender essa socialidade que se prolifera e gera formas. Recorremos novamente a Maffesoli para pensar a socialidade enquanto círculos que se formam e encontram-se uns com outros formando intercessões múltiplas; as socialidades também são múltiplas e nesse ambiente que Maffesoli chama de “*nébulese affectuelle*” (MAFFESOLI, 2000: 137) onde ocorre “*le va-et-vient masse-tribu*” (MAFFESOLI, 2000: 137), pois é na interação que as socialidades se geram e potencializam-se, ou seja, são nas sociações de qualquer espécie que é possível ocorrer a reciprocidade, pois é na sociação que ocorre a troca.

Procuramos, em nossa pesquisa, ver a feira para além da sua materialidade e dos processos sociais gerais e estruturais nela presentes. Procuramos compreender a feira como essa comunidade de sentidos, na sua dimensão intersubjetiva. E procuramos, fundamentalmente, pensar a experiência do gosto comum, do gosto na vida cotidiana

dessa feira, buscando perceber como ele constitui uma forma social, ou seja, uma estrutura invisível que permite que as pessoas, por meio dele, estejam juntas.

A feira enquanto forma social, enquanto uma unidade estrutural que conforma um mundo, geradora e fruto de encontros fortuitos, que nasce como uma forma potencial de gerar diversas outras formas em seu interior, possui uma estética relacional, uma estética que se forma a partir da materialização desse encontro, dessas relações que a fomentam, que a geram, mas que também se reverberam, que morrem, nascem e renascem em seu seio (CASTRO, 2013). Uma estética também maffesoliana, onde a ênfase está na emoção, no sentimento, e, portanto, numa estética do estar-junto, um sentimento compartilhado que conforma formas (CASTRO, 2013; 2017).

Podemos retornar a Bourriaud para observar que ele também afirma que a estética é um arranjo maleável (BOURRIAUD, 2009: 134) capaz de funcionar em vários níveis, e em todos os planos da experiência humana. Essa estética maleável que conforma uma forma, a feira, só assim o pode enquanto forma ser entendida, devido ao sentimento de *religare* (ligação) – termo que Maffesoli usa para também falar da estética enquanto um sentir-junto (MAFFESOLI, 2000: 141) - presente em seus elementos constituintes, os indivíduos e as relações que os mesmos estabelecem entre si e entre os demais elementos materiais e imateriais que compõe a feira.

3.2 A antropologia dos sentidos e a etnografia sensorial

Nesse tópico procurarei estabelecer as diferenças entre a antropologia dos sentidos e a etnografia sensorial. Buscarei, também, apresentar algumas perspectivas paralelas e as fontes contemporâneas desta perspectiva, notadamente a antropologia interpretativa de Geertz (1989) e dos autores ligados ao “Seminário de Santa Fé” (1984) e, ainda, a “antropologia modal” de François Laplantine (2017).

Necessário explicitar de onde partimos e aonde queremos chegar quando falamos em etnografia sensorial. Nossa discussão, a esse respeito, está ancorada na contribuição de Ingold (2000; 2008; 2011; 2012) e de Pink (2006; 2008; 2011; 2017), por meio da síntese que esses autores fazem do debate a respeito da natureza reflexiva da etnografia, que acima referimos.

Nesse processo procuraremos estabelecer a diferença entre etnografia sensorial e antropologia dos sentidos, sem deixar de considerar que as duas perspectivas possuem, uma herança comum, fornecida pelo pensamento de Simmel e de Weber e que, ambas, embora de maneira diferente, dialogam com a fenomenologia, particularmente com Merleau-Ponty.

Ambas, sobretudo, partem da compreensão de que os sentidos se tornaram um objeto por inteiro, e legítimo, do interesse antropológico. Pink observa que o foco nos sentidos se tornou um tema chave na antropologia contemporânea (PINK, 2010: 331). Ela sugere, igualmente, que esse foco pode ser entendido de duas maneiras: nos termos de uma antropologia dos sentidos e nos termos de uma etnografia sensorial. Uma antropologia dos sentidos equivaleria a uma investigação de base empírica sobre os sentidos. Já uma etnografia sensorial implicaria num aporte, à disciplina, da contribuição dada pelas teorias da percepção sensorial (PINK, 2010: 331).

A perspectiva de uma antropologia dos sentidos começou a se consolidar em 1988, por meio da fundação do *Centre for Sensory Studies*, vinculado à Universidade de Concordia, em Montreal, Canadá. O centro foi criado por iniciativa do sociólogo Anthony Synnott e do antropólogo David Howes, que nesse ano receberam financiamento do *Social Sciences and Humanities Research Council of Canada* (SSHRC) para desenvolver um projeto de pesquisa intitulado “*The Varieties of Sensory Experience*”. Nos anos seguintes o Centre for Sensory Studies expandiu rapidamente, agregando vários outros pesquisadores, notadamente a historiadora Constance Classen, que se destacou por seu trabalho no campo da história cultural dos sentidos. Essa expansão acabou gerando um programa de colaboração interdisciplinar entre pesquisadores da universidade de Concordia, o Concordia Sensorial Research Team (CONSERT). Esse grupo recebeu importante financiamento da indústria de perfumes, no começo dos anos 1990, para desenvolver o estudo sobre os sentidos culturais do olfato e dos odores, o qual deu origem ao livro “*Aroma: The Cultural History of Smell*” (HOWES; SYNNOTT; CLASSEN, 1994) e levou à organização do seminário “*Uncommon Senses: An International Conference on the Senses in Art and Culture*”, realizada em abril de 2000 e que reuniu cerca de 300 pesquisadores que, de alguma forma, começaram a se filiar à perspectiva da antropologia dos sentidos.

Um segundo seminário internacional, realizado em fevereiro de 2005 e intitulado “*Sensory Collections and Display*”, expandiu e consolidou essa rede de cooperação.

Agregaram-se à perspectiva do *Centre for Sensory Studies* pesquisadores de diversas áreas, como Bianca Grohmann, da comunicação, e Chris Salter, da área do design.

Sem buscar uma relação exaustiva, refiro alguns dos trabalhos que foram desenvolvidos a partir da experiência do *Centre for Sensory Studies* e da antropologia dos sentidos. Num plano estritamente ligado à etnografia, citamos os trabalhos de Amato (2001), sobre odores; de Degen (2012), sobre sensibilidades urbanas; de Geurts (2002), sobre sentidos corporais numa comunidade africana; de Hahn (2007) sobre danças japonesas; de Henshaw (2013), sobre odores no espaço urbano; de Rhys-Taylor (2010), sobre sensibilidades de diferentes classes sociais no leste de Londres; de Spencer (2012), sobre sensibilidades em artes marciais e de Jackson (2004), sobre sensualidade num clube de encontros sexuais. Já num plano da reflexão teórico-metodológica da antropologia dos sentidos poderíamos citar os trabalhos de Bull; Gilroy; Howes; Kahn (2006); Hinton; Howes; Kirmayer (2008); Hsu (2008); Rivlin; Gravelle (1985); Roeder (1994) e Jay (2012).

Junto com eles, é interessante observar, também, os trabalhos desenvolvidos pelos três pesquisadores mais associados à elaboração dos modelos da antropologia dos sentidos: Howes (1991; 2003; 2005; 2006; 2008; 2009; 2012); Classen (1990; 1993; 1997; 1998; 2001; 2005; 2012); Synnott (1993); Howes; Classen; Synnott (1994); e Howes; Classen (1991; 2013).

David Howes tem sido o principal articulador da antropologia das sensibilidades. Em sua compreensão, essa perspectiva procuraria compreender “*como a modelagem da experiência sensorial varia de uma cultura para outra, de acordo com o significado e a ênfase atribuídos a cada uma das modalidades de percepção*”⁸⁵ (HOWES 1991: 3).

Efetivamente, Howes propôs um programa de comparação das variações entre as hierarquias das experiências sensíveis através das diferentes culturas (HOWES and CLASSEN 1991: 257). Trata-se de, por meio da comparação empírica das formas de sensibilidade das diferentes culturas, estabelecer um sistema analítico de base comparativa, seguindo os padrões da antropologia mais tradicional.

⁸⁵ Como no original: “*how the patterning of sense experience varies from one culture to the next in accordance with the meaning and emphasis attached to each of the modalities of perception*” (HOWES, 1991: 3). Tradução livre da pesquisadora.

A despeito da proposição instigante e inovadora de investigar o papel dos sentidos e das sensibilidades nas sociedades humanas, a antropologia dos sentidos estava comprometida com uma perspectiva comparativista, que foi crescentemente rejeitada a partir das críticas impostas a esse modelo pelas perspectivas interpretativas e reflexivas da disciplina (GEERTZ, 1989; CLIFFORD; MARCUS, 1986).

A abordagem de Howes foi bastante criticada por Tim Ingold (2000) que, evocando a necessidade de uma maior reflexividade antropológica como esteira para o futuro da disciplina, sugeriu uma refocagem mais sensorial para a antropologia dos sentidos. Explicitamente, uma aproximação à fenomenologia da percepção e da experiência (Merleau-Ponty) e à psicologia ecológica (Gibson).

Pink procura sintetizar a crítica de Ingold à perspectiva de Howes da seguinte maneira:

“O trabalho de Ingold sugeriu que a separação das modalidades sensoriais, como Howes propôs, as situa em uma "cultura" desencarnada e é incompatível com uma antropologia que entende aprender e conhecer como situada na incorporação da prática e do movimento.”⁸⁶ (PINK, 2010: 332).

Ocorreu importante debate entre Sara Pink e David Howes (2010) na revista *Social Anthropology* em 2010⁸⁷. Nele, Pink procurou estabelecer as diferenças entre os dois campos – antropologia dos sentidos e etnografia sensorial – com base em três elementos, aos quais Howes (2010) responde enfaticamente. O primeiro elemento seria o de que a antropologia dos sentidos se compreende como uma subdisciplina exclusivamente empírica da antropologia. Howes (2010) refuta essa ideia e diz que ela está presente, talvez, no trabalho de Constance Classen (1997), “*Foundations for an anthropology of the senses*”, mas que não caracterizaria a perspectiva geral da antropologia dos sentidos. O segundo elemento seria o de que os antropólogos que seguem essa perspectiva teriam negligenciado o diálogo interdisciplinar. Howes (2010) também refuta essa afirmação, evocando exemplos, inclusive em seu próprio trabalho,

⁸⁶ “Ingold’s work suggested that separating out sensory modalities as Howes proposed situates them in disembodied ‘culture’ and is incompatible with an anthropology that understands learning and knowing as situated in embodied practice and movement”. (Pink, 2010: 332) Trad. Livre da pesquisadora

⁸⁷ A íntegra do debate pode ser encontrada em: https://monoskop.org/images/5/54/Pink_Sarah_2010_The_Future_of_Sensory_Anthropology_The_Anthropology_of_the_Senses.pdf.

que ilustram o contrário. O terceiro elemento, enfim, sugere que a antropologia dos sentidos tende a separar as modalidades sensoriais. A resposta de Howes (2010) foi de que, ainda que essa separação possa ser útil, algumas vezes, a tendência mais recente da antropologia dos sentidos tem sido de explorar a relação entre os diferentes sentidos. Howes (2010) indaga, afinal, se há realmente uma diferença entre antropologia dos sentidos e etnografia sensorial.

Em nosso ponto de vista há, efetivamente, uma imensa proximidade entre os dois grupos, e as refutações de Howes (2010) nos parecem bem ponderadas, mas há pelo menos uma questão sem resposta no seu debate com Pink: a perspectiva comparativista.

Pensamos que a crítica de Pink (2010) não está realmente clara. Ela não chega ao fundo do problema, que diz respeito à compreensão representacional presente na teoria do conhecimento desenvolvida por Howes (2010), com a consequente desvalorização, enquanto elemento de análise, da própria matéria prima dos sentidos: a percepção.

Chegaremos a esse ponto logo mais. Antes, façamos uma síntese do percurso da etnografia sensorial. A perspectiva surgiu no começo dos anos 2000, a partir da leitura feitas por antropólogos como Ingold (2000; 1008; 2011; 2012); Pink (2006; 2008; 2011; 2017); Csordas (2012); Geurts (2002); Field (2012), do debate a respeito da natureza reflexiva da etnografia, que acima referimos entre Howes e Pink. Partindo de Clifford (1983; 2003); Rabinow (1991; 2007; 2012); Rabinow; Sullivan (1987); e Crapanzano (2012), Ingold e Pink, como referidos, procuram destacar a importância da sensorialidade para a construção dos sentidos. Pink define a etnografia sensorial da seguinte maneira:

A etnografia sensorial é, o que penso, o repensar da etnografia em termos de sentidos. Portanto, isso não significa o estudo etnográfico dos sentidos, embora isso possa fazer parte de um projeto de etnografia sensorial. Mas a etnografia sensorial é uma metodologia. É uma abordagem para fazer etnografia que leva em conta a experiência sensorial, a percepção sensorial e as categorias sensoriais que usamos quando falamos sobre nossas experiências e nossa vida cotidiana.⁸⁸ (PINK, 2011b: vídeo).

⁸⁸Como no original: "Sensory ethnography is, what I think, the rethinking of ethnography in terms of senses. So that doesn't mean the ethnographic study of the senses, although that could form part of a sensory ethnography project. But sensory ethnography is a methodology. It's an approach to doing ethnography that takes account of sensory experience, sensory perception, and sensory categories that we use when we talk about our experiences and our everyday life" (Pink, 2011b: vídeo). Tradução livre da pesquisadora.

Sua autoinserção numa perspectiva transdisciplinar, sua dinâmica interpretativa e fenomenológica e seu apreço pelos suportes midiáticos e pela comunicação, notadamente os meios audiovisuais⁸⁹, fazem dela uma proposição metodológica instigante.

Essa perspectiva estaria, à princípio, sempre de acordo com Pink, mais próxima da disposição reflexiva da antropologia contemporânea que uma antropologia dos sentidos. Como Pink observa, que “*a sensory anthropology implies a ‘re-thought’ anthropology*”⁹⁰ (PINK, 2010: 331). Ela estaria mais disposta a rejeitar os tradicionais padrões da comparação entre culturas (*cross-cultural comparison*) e a dissociar a relação entre cultura e lugar. Outra de sua característica seria a sua disposição interdisciplinar, evidenciada pelo contemporâneo interesse da geografia e de certa sociologia no debate sobre o papel da sensorialidade na construção do sentido de lugar. Essa aproximação também se daria em relação à comunicação e às artes.

Sem discordar de Pink, acrescentaríamos que outro diferencial da etnografia sensorial, em relação à antropologia dos sentidos, estaria numa compreensão mais acurada do pensamento de Merleau-Ponty e, objetivamente, uma compreensão que seguiria o viés de uma fenomenologia hermenêutica, tal como elaborada por Martin Heidegger, profundamente crítica do referencial fundador da própria fenomenologia, o da fenomenologia pura e transcendental, elaborado por Edmund Husserl.

Efetivamente, sem deixar de reconhecer a importância da antropologia dos sentidos para a valorização, para a entrada na ordem do dia da pesquisa antropológica, senão mesmo das ciências sociais como um todo, dos sentidos, das sensações, e do gosto comum, penso que a etnografia sensorial acrescenta uma perspectiva crítica – senão também autocrítica – a esses estudos, que entendo como fundamental para a construção de uma abordagem antropológica mais reflexiva, relativista e crítica.

Ingold (2000) procura fazer uma triangulação, como ele mesmo diz (INGOLD, 2011) entre Merleau-Ponty (1945), Hans Jonas (1966) e James Gibson (1966; 1979). O núcleo da crítica que Ingold faz à antropologia dos sentidos de Howes (1990; 1991), está

⁸⁹ A respeito do diálogo entre a etnografia sensorial e os meios digitais e audiovisuais, ver: Castaing-Taylor (1994); Grimshaw (2001); Laplantine (2005); MacDougall (2005); Pink (2006; 2009).

⁹⁰ “*Uma antropologia sensorial implica uma antropologia “repensada”*” (Pink, 2010: 331). Tradução livre da pesquisadora.

no fato de que esta estaria estruturada numa teoria relacional do conhecimento (Ingold, 2011). Efetivamente, os primeiros trabalhos de Howes (1990; 1991; 2003) estão dominados pela ideia de que o sentido não é senão um registro corporal que emite mensagens para a mente de alguém: “*Howes’s anthropology is so founded is apparent from the way he reifies ‘the senses’ as bodily registers that convey messages to the mind of the perceiver*” (INGOLD, 2011: 315).

Com efeito, trata-se da crítica clássica que Merleau-Ponty (1945) elabora, com sua fenomenologia, à teoria do conhecimento advinda do pensamento de Descartes – *penso, logo existo* - que racionaliza do ato de conhecer como o alcance de uma verdade dada e necessariamente objetiva e natural, por meio de uma operação de raciocínio; ou seja, o mundo é mediado pela mente, e toda forma de conhecimento decorre desta mediação e, num segundo plano, ao fundador da fenomenologia, Edmund Husserl.

O papel dos sentidos, a partir desse raciocínio cartesiano, se torna de segundo plano, senão, inferior e, *perigoso*: os sentidos, em todo pensamento que deriva de Descartes, seriam *enganadores*. Seriam instrumentos de conhecimento do mundo, mas seriam instrumentos precários e, por vezes, enganadores e fúteis. Sem a mediação de uma operação de raciocínio, não são confiáveis. A percepção, entendida como processo cognoscente e vista dessa maneira; e assim se constituiria como uma operação relacional, por meio da qual o sujeito produz o conhecimento de algo, alguma coisa, alguém, a cultura... De acordo com Ingold, a antropologia dos sentidos caminharia nessa mesma direção:

Howes mantém como sacrossanto o princípio de que, como antropólogos, devemos atender e respeitar os entendimentos indígenas da percepção. "O caminho deve sempre ser deixado aberto", diz ele, "para paradigmas indígenas de percepção" romper "modelos antropológicos ou filosóficos ou neurológicos de percepção" (Howes e Pink 2010: 340). Concordo. O modelo antropológico de percepção de Howes, no entanto, faz precisamente o contrário. Ao insistir que cada paradigma indígena é em si um "produto da cultura", efetivamente neutraliza qualquer desafio que possa apresentar à sua própria abordagem. (INGOLD, 2011: 315)⁹¹.

⁹¹ Como no original: “Howes holds as sacrosanct the principle that as anthropologists, we should attend to and respect indigenous understandings of perception. ‘The way should always be left open’, he says, ‘for indigenous paradigms of perception to “break through” anthropological or philosophical or neurological models of perception’ (HOWES AND PINK 2010: 340). I agree. Howes’s anthropological model of perception, however, does precisely the opposite. By insisting that every indigenous paradigm is itself a ‘product of culture’, he effectively neutralises any challenge it might present to his own approach.” (INGOLD, 2011: 315). Tradução livre da pesquisadora.

A chave da questão está, no conceito de percepção. No entendimento de Ingold (2011), acreditamos, o pensamento cartesiano, ainda que já muito modificado, chega à antropologia dos sentidos, compreendendo percepção como operação intelectual de natureza lógica. Por outro lado, o modelo no qual se inscreve o pensamento de Merleau-Ponty (1945), Hans Jonas (1966), James Gibson (1979), Tim Ingold (2011) e Sara Pink (2010), para referir apenas os autores que citamos nesta ponderação – mas que é o mesmo modelo crítico que produziu, no pensamento antropológico a demanda reflexiva e interpretativa proposta por Geertz (1989; 2003) e renovada por Clifford e Marcus (1986), para a reflexividade e interpretação, em antropologia, dos autores associados ao chamado Seminário de Santa Fé – procuram romper a lógica binária (sujeito/objeto) colocada pela perspectiva relacional do conhecimento e, valorizar a percepção, bem como os processos sensoriais e toda forma de experiência como processos e formas legítimas e integrais do ato de conhecer. Bem ilustra essa percepção a ideia de Merleau-Ponty (1964) de que o conhecimento não está na mente, mas sim no encontro do sujeito, por meio do seu corpo, com a “carne” (chair) do mundo.

Resta observar que, seja ou não por efeito desse debate, o qual teve lugar entre 2010 e 2011, percebemos uma transformação importante na obra de Howes (2013) mais recente, o que parece assinalar novas possibilidades de abordagem antropológica a partir do diálogo entre a antropologia dos sentidos e a etnografia sensorial.

Descrito o percurso de disputas semânticas e referenciais presentes na relação entre sentidos e antropologia, retornemos aos autores e aos elementos que compoariam a etnografia sensorial, dando-lhe seu substrato metodológico e suas perspectivas teóricas.

Alguns autores contemporâneos são evocados como estruturantes do campo referencial da etnografia sensorial. Destacamos dois deles: Michel de Certeau, fundamental para a discussão sobre a mobilidade como fundamento metodológico, desenvolvida por vários autores da etnografia sensorial; e François Laplantine, autor contemporâneo, que mantém importante diálogo com a etnografia sensorial e que desenvolve uma perspectiva bastante próxima a ela, a qual denomina “antropologia modal”.

Em relação a Michel de Certeau (1994), deve ser dito que sua obra reflete em diversos aspectos da etnografia sensorial. Pensamos que seu pensamento, pautado pela fenomenologia, evoca a uma valorização da experiência vivencial e da vida cotidiana como fundamento da abordagem da vida social e, assim, como instrumento metodológico. Relendo os textos referenciais da etnografia sensorial percebemos uma constante valorização da experiência vivencial e a compreensão de que o estar no mundo da vida cotidiana constitui-se como uma mediação dos sentidos, mas não localizamos, até o momento, uma discussão sólida a respeito dos fundamentos fenomenológicos, inerentes a essa perspectiva, como substância da própria proposição de uma etnografia sensorial. Talvez porque isso equivaleria, possivelmente, a um movimento de sair do campo da antropologia para ir em direção ao campo da filosofia.

Porém, ao contrário, observamos discussões avançadas em torno de certos aspectos da analítica do estar no mundo cotidiano, de De Certeau (1984/1994). Particularmente, em torno da ideia de mobilidade. Ao discutir a vida cotidiana, De Certeau (1984) destaca a importância do caminhar como uma prática que produz o lugar. Para ele, o caminhar na cidade é *"um processo de apropriação do sistema topográfico por parte do pedestre"*⁹² (1984: 97-98). Nessa prática, se evidencia o fundamento sensorial promovido pelo simples estar no mundo, pelo simples da vida cotidiana.

O pensamento de Michel de Certeau ecoa, também, na obra do filósofo Edward Casey (1996), citado por Pink (2008), especificamente na sua discussão sobre entre o lugar onde se dá a pesquisa de campo e a construção desse lugar como experiência, para o etnógrafo. Para Casey (1996), o lugar não é, simplesmente, uma dimensão análoga ao espaço. Influenciado por Merleau-Ponty (1945), o lugar é equivalente ao “estar no mundo” da fenomenologia, ou seja, à percepção vivencial do mundo tal como ele se torna possível, para alguém, em determinada circunstância e contexto.

Em nossa compreensão, o lugar não antecede o espaço e o espaço não determina o lugar. Se existe o espaço da feira do Guamá, também existem os múltiplos lugares, individuais e socialmente constituídos, produzidos na vivência da feira.

Casey (1996) sugere que o lugar possa ser percebido como evento, ou como processo. Especificamente que se leve em consideração que o lugar está em permanente

⁹² Como no original: *"a process of appropriation of the topographical system on the part of the pedestrian"* (DE CERTEAU, 1984: 97-98) Tradução Livre da pesquisadora.

transformação. Com base nele, Pink afirma que “*a relação entre a construção do lugar e a caminhada urbana já está claramente estabelecida na literatura de ciências sociais*”⁹³ (PINK, 2008: 3). Pink procura perceber como as rotas urbanas são construídas, em termos de percepção, pelos indivíduos que as utilizam cotidianamente. Com essa disposição, ela pensa em termos de simultaneidade e paralelidade de percepção na compreensão das formas de produção dos sentidos de “lugar”.

A ideia também está presente em Rodman (2003) e em Lee e Ingold (2006). Rodman desenvolve a ideia de multilocalidade, que implicaria em perceber a multiplicidade dos pontos de vista que contribuem para a construção social do “lugar” (RODMAN, 2003: 212).

Lee e Ingold (2006), por sua vez, destacam a necessidade de que os antropólogos passem a perceber o fenômeno da mobilidade e, por meio dele, as rotas tomadas pelos indivíduos: “*andar por aí é fundamental para a prática cotidiana da vida social*”⁹⁴ (INGOLD, 2006: 67). E também sugerem que essa disposição é particularmente importante para a pesquisa de campo antropológica: “*para muito trabalho de campo antropológico*”⁹⁵ (2006: 67). Além disso, também observam que o ato geral e fundamental do ser humano da locomoção precisa ser levado em conta na pesquisa de campo, e que é fundamental que o antropólogo compreenda as rotas e as mobilidades dos indivíduos:

O aspecto locomotor da caminhada permite a compreensão de locais criados por rotas. Um lugar percorrido é feito pela interação sempre em mudança entre a pessoa e o meio ambiente, na qual o movimento, feito com o corpo por inteiro, é importante não apenas como um ato de visão a partir de um ponto fixo. Ao caminhar, estamos em movimento, vendo e sentindo uma rota à nossa frente e criando um caminho ao redor e depois de nós. Muitas vezes, podemos explorar um novo lugar de forma mais proveitosa caminhando através de anda em volta dele. Para o antropólogo, se torna útil compreender as rotas e as mobilidades dos outros.⁹⁶ (LEE; INGOLD, 2006: 68).

⁹³ Como no original: “*the relationship between the making of place and urban walking is already clearly established in the social science literature*” (PINK, 2008: 3) Tradução Livre da pesquisadora.

⁹⁴ Como no original: “*walking around is fundamental to the everyday practice of social life*” (INGOLD, 2006: 67)

⁹⁵ Como no original: “*to much anthropological fieldwork*” (INGOLD, 2006: 67)

⁹⁶ Como no original: “*locomotive (or getting around) aspect of walking allows for an understanding of places being created by routes. A place walked through is made by the shifting interaction of person and environment, in which the movement of the whole body is important rather than just as act of*

Efetivamente, a experiência de um campo etnográfico “*on footing*” sugere a valorização da percepção e da experiência sensorial. O “caminhar etnográfico” sugerido é, na verdade, uma prática verbal, tátil, auditiva, olfativa, visual – multissensorial, enfim. É como, a respeito da proposição da etnografia “*on footing*” de Lee e Ingold (2006), que comenta Sara Pink: “*é claro que essas experiências e práticas não são simplesmente visuais, em vez disso, as suas visualidades estão inseridas em experiências e contextos multissensoriais e está inextricavelmente ligada ao uso de formas verbais, táteis e outras formas de comunicação.*”⁹⁷ (2008: 3).

Essa perspectiva foi particularmente importante em meu trabalho, porque desde o projeto de pesquisa com o qual entrei no doutorado do PPGA eu já anunciava minha predisposição metodológica em realizar um campo na feira do Guamá por meio do ato de “fazer a feira”. Ou seja, andar, caminhar, ouvir, sentir, valorizando a percepção das sensações olfativas, visuais, sonoras, táteis permitidas pelo universo de uma feira. Exatamente como o não-antropólogo, a pessoa que vai à feira para “fazer a feira”, faz: buscando o melhor produto por meio dessa disposição, ou disponibilidade, sensorial.

Já em relação ao trabalho de Laplantine, cabe dizer, à princípio, que constitui uma fonte importante para os antropólogos norte-americanos que seguem a perspectiva da etnografia sensorial e que, embora com o nome de “antropologia modal”, acaba propondo e realizando uma etnografia similar àquela.

Com um trabalho de campo realizado entre o Brasil e o Japão, Laplantine procura explorar “tonalidades e intensidades rítmicas” da vida social, ou melhor, das diferentes maneiras de viver. Sua perspectiva central, em “*Le social et le sensible: introduction à une anthropologie modale*” (2017⁹⁸), é que sensação e socialidade são dimensões da vida humana que precisam ser pensadas juntas.

vision outwards from a fixed point. In walking we are on the move, seeing and feeling a route ahead of us and creating a path around and after us. We can often explore a new place most fruitfully by walking through and around it. For the anthropologist, this in turn leads to the realization that we have to understand the routes and mobilities of others.” (LEE; INGOLD, 2006: 68).

⁹⁷ Como no original: “of course these experiences and practices are not simply visual, rather the visibility of them is embedded in multisensorial experiences and contexts and is inextricably tied to the use of verbal, tactile and other forms of communication” (PINK, 2008: 3).

⁹⁸ Nesta tese utilizamos tanto a edição em língua francesa (LAPLANTINE, 2017) com a em língua inglesa (LAPLANTINE, 2017).

Efetivamente, o que Laplantine chama de antropologia modal é uma oposição à antropologia estrutural, com o conseqüente abandono das perspectivas categoriais e classificatórias e com uma valorização do sensível e da experiência no mundo da vida cotidiana.

Uma antropologia modal, que é, portanto, uma antropologia de modos, modificações e modulações, implica um modo de conhecimento (suscetível) capaz de dar conta da natureza dúctil e flexível da experiência sensorial.

Pode ser qualificado como modal tudo o que foi rejeitado pela ordem dos logos (platônico, cristão, cartesiano) e culmina na lógica denotativa, lógica unívoca, uniforme, unilateral, monológica, monocultural, monolinguística, cuja principal preocupação é de definir, de colocar por exemplo legendas sob as imagens e de nos submete a esta injunção: "escute", "olhe".⁹⁹ (LAPLANTINE, 2017: 187).

Riviere (2006), a respeito da obra de Laplantine (2017), assim a descreve:

...mudança significativa de temperatura, vulnerabilidade da pessoa sensível, sensibilidade a sons, odores, gostos e percepções, ele se interessa ao vivido (*erleben*) entre opacidade e transparência, presença e ausência (como na saudade) em vez da vida (*leben*) no sentido biológico. Nada estável, tudo flui¹⁰⁰ (RIVIERE, 2006: 1).

Para caracterizar a proposta do antropólogo francês como um ensaio filosófico que tem por objetivo demandar, à antropologia, que não omita, de sua perspectiva, a fluidez do sensível:

A antropologia modal proposta por François Laplantine é um ensaio de caráter mais filosófico para sugerir não omitir, na apreensão inteligível do social, a fluidez do sensível, o emocional e corpóreo vivido dos indivíduos, as vibrações do movimento, as modificações em ato, incluindo as gêneses, maturações e declínios.¹⁰¹ (RIVIERE, 2006: 1).

⁹⁹ Como no original: "Une anthropologie modale, qui est donc une anthropologie des modes, des modifications et des modulations, implique un mode de connaissance susceptible de rendre en compte du caractère ductible et flexible de l'expérience sensible. »

Peut être qualifié de modal tout ce qui a été rejeté par l'ordre du logos (platonicien, chrétien, cartésien) et culmine dans la logique dénotative, logique univoque, uniforme, unilatérale, monologique, monoculturelle, monolinguistique dont le souci majeur est de définir, de mettre par exemple des légendes sous les images et de nous soumettre à cette injonction : « écoute », « regarde » (LAPLANTINE, 2017: 187).

¹⁰⁰ Como no original: "changement sensible de température, vulnérabilité de la personne sensible, sensibilité aux sons, odeurs, goûts et perceptions, il s'intéresse au vécu (*erleben*) entre opacité et transparence, présence et absence (comme dans la *saudade*) plutôt qu'à la vie (*leben*) au sens biologique. Rien de stable, tout s'écoule » (RIVIERE, 2006: 1) Tradução livre da pesquisadora.

¹⁰¹ Como no original: "L'anthropologie modale proposée par François Laplantine est un essai à caractère plutôt philosophique pour suggérer de ne pas omettre, dans l'appréhension intelligible du social, la

Com efeito, defensor dessa antropologia *mais sensível*, Laplantine propõe a necessidade de pensar em termos antropológicos em uma “política do sensível” (LAPLANTINE, 2017: 81-93), base para uma reorientação da nossa compreensão e maneira de entender a realidade.

A partir de Michel de Certeau e de François Laplantine acreditamos que podemos sistematizar alguns dos elementos que compõem o núcleo teórico da etnografia sensorial. Acima, relacionamos alguns desses elementos: a perspectiva transdisciplinar, dinâmica interpretativa e fenomenológica; o apreço pelos suportes midiáticos e pela comunicação, notadamente os meios audiovisuais, são elementos centralmente presentes na etnografia sensorial – embora não ausentes da antropologia dos sentidos – e que a caracterizam.

Ernest Karel, antropólogo e artista sonoro, coordenador do *Sensory Ethnography Lab* (SEL) da Universidade de Harvard, com essa mesma perspectiva diz o seguinte, a respeito da etnografia sensorial:

The practice of making nonfiction work which goes under the names media anthropology or sensory ethnography is based on the understanding that human meaning does not emerge only from language; it engages with the ways in which our sensory experience is pre-or non-linguistic, and part of our bodily being in the world. It takes advantage of the fact that our cognitive awareness – conscious as well as unconscious – consists of multiple strands of signification, woven of shifting fragments of imagery, sensation and malleable memory. Works of sensory media are capable of echoing or reflecting or embodying these kinds of multiple simultaneous strands of signification (KAREL, 2013: 1).

Por meio dessa posição é possível perceber um dos princípios da etnografia sensorial seria a de que a compreensão da linguagem é apenas um dos instrumentos de construção do sentido; pois, juntamente com ela há toda uma plêiade de experiências sensoriais pré ou não linguísticas que orientam o processo de percepção do mundo.

fluidité du sensible, le vécu émotif et corporel des individus, les vibrations du mouvant, les modifications en acte y compris les genèses, maturations et déclin » (RIVIERE, 2006: 1). Tradução livre da pesquisadora.

3.3 Aportes teórico para uma percepção da feira enquanto forma

Essa nova postura de pensar, de aproximação ou de construção do objeto, como já falei anteriormente, está ratificada com insistência no pensamento de Pink (2012), Clifford (1991), quando observa que a prática etnográfica é essa “*cosa artesanal, cosa apegada a la práctica de la escritura*” (CLIFFORD, 1991 :32) configurada como

... las seis maneras siguientes: (1) por el contexto (descripción de los significados sociales); (2) por la retórica (uso y desuso de las convencionalidades expresivas); (3) por la desinstitucionalización (em contra de las tradiciones específicas, de las disciplinas que acostumbran al receptor del mensaje); (4) por la generalización (pues un etnógrafo, por lo general, resulta fácil de descubrir entre un novelista o entre unos simples viajeros); (5) por la politización (toda autoridad, todo autoritarismo cultural, que pretenda la unidimensión del discurso, debe ser contestado); (6) por el historicismo (es necesario conocer la Historia para lograr el cese de los lugares comunes). (CLIFFORD, 1991: 32-33)

Prática que procura fazer uma descrição exaustiva levando em conta o maior número de elementos que envolvem os sujeitos observados, a partir de uma postura pós-moderna. Ou seja, uma postura pós-moderna como aquela colocada por Stephen Tyler (1991)

Precisamente porque la etnografía postmoderna prima el “discurso” sobre el “texto”, presenta el diálogo como oposición al monólogo; y pone un énfasis mayor em la cooperación natural com el sujeto sometido a estudio, situación que contrasta grandemente con ésa em la que el observador, el investigador, pertrechado de ideología, se toma por transcendente observador científico. (TYLER 1991: 188)

Assim, a importância é colocada em uma atitude que possibilite a construção de uma pesquisa pactuada entre o pesquisador e o pesquisado, possibilidade que o método dialogal ou a polifonia - inerente ao processo cultural de qualquer sociedade - tome forma na pesquisa, “*que a forma emerja por sí mesma impregnando el trabajo del etnógrafo y también la manera de narrar del nativo com el que dialoga el investigador.*” (TYLER 1991: 190).

Podemos compreender essa prática, ou melhor, essa postura, como uma cultura de pensar, como uma maneira de refletir sobre o objeto estudado - a partir dos locais/referências aos quais o observador/pesquisador se encontra, que “*indaga o lugar do pensamento no seu momento histórico*” (WAIZBORT, 2000: 44) - o lugar ideológico, político, cultural, dentre outros tantos possíveis a serem mapeados, do pesquisador e do

objeto. Portanto, uma cultura de pensar que não leva em consideração somente o objeto da pesquisa, mas, tão importante quanto o objeto pesquisado é o pesquisador e o processo estabelecido entre ambos. Uma cultura de pensar que não procura a verdade absoluta dos seres e das coisas, mas busca, na interação, a compreensão da vida, a compreensão do sentido das coisas, das relações, àquilo que dá coesão e unicidade às interações, sejam essas coisas, esses sentidos, os mais díspares e, assim, compreender as relações sociais.

A partir dessa perspectiva, a feira seria percebida em seu processo de construção diária de formas, por meio do qual o conhecimento não pode ser separado do seu resultado, ou seja, de seu conteúdo. Desta maneira partilhamos também do entendimento de Geertz,

Por outro lado, em outro sentido, mais difícil ainda a articular, todas elas participam do lugar onde se encontram e da época onde elas florescem. E isso é tão verdadeiro do bazar marroquino como de qualquer outro. Como instituição social e, mais ainda, como um tipo econômico, ele compartilha semelhanças cruciais com o chinês, o haitiano, o indonésio, o iorubás, o indiano, o guatemalteco, o mexicano ou o egípcio – para nos atermos aos casos melhor descritos. Mas como expressão cultural, ele tem um caráter que lhe é próprio ¹⁰². (GEERTZ, 2003: 79-80)

Desta maneira também compreendemos a feira do Guamá, com semelhanças às outras feiras e/ou mercado (ou ainda souks ou bazares); semelhanças essas que podemos perceber ao encontrarmos uma. Como exemplo dessas similitudes observamos o encontro da oferta e da demanda de maneira utilitária (GEERTZ, 2003), o corpo-a-corpo para a realização dessa relação; mas com particularidades culturais entre si, ou seja, aquelas formas sociais construídas em seu seio que transformam um mero consumidor em indivíduos com conexões pessoais e culturais específicas àquela forma.

Mas, voltemo-nos novamente a Simmel (2006); todos os elementos têm uma interligação, e nada pode ser observado separadamente. Observar um determinado objeto seria observar, também, todo o seu entorno, todos os elementos que para ali são gestados e se conformam, para ali afluem ou dali confluem, e que, mesmo aquele que pareça o

¹⁰² Como no original : « Par ailleurs, en un autre sens, plus difficile encore à articuler, elles participent toutes du lieu où elles se trouvent et de l'époque où elles déploient. Et cela est aussi vrai du bazar marocain que de n'importe quel autre. Comme institution sociale, et, plus encore, comme type économique, il partage des ressemblances cruciales avec le chinois, l'haïtien, l'indonésien, le yoruba, l'indien, le guatémaltèque, le mexicain ou l'égyptien – pour s'en tenir à quelques-uns des cas les mieux décrits. Mais comme expression culturelle, il a un caractère qui lui est propre. » (GEERTZ, 2003: 79-80)
Tradução livre da pesquisadora.

mais distante e o mais ínfimo pode, particularmente, alterar a conclusão e o andamento do processo de construção seja da forma social, seja do conhecimento.

Outro fato importante para essa percepção simmeliana diz respeito à capacidade do pesquisador em deixar-se estimular pelo objeto e tornar-se capaz de se destituir, da melhor maneira possível, de qualquer visão preconcebida, tanto do objeto quanto de seu entorno e de sua função – ou seja, de fazer uma *epoché*, uma redução do objeto a ele mesmo, à maneira como, em outro contexto filosófico, proporá a fenomenologia. Em síntese, ter a sensibilidade de perceber que o processo é uma forma de conteúdo e que ele faz parte da construção do objeto. Dessa maneira, não se deve tomar o resultado da pesquisa sem pensar no processo, evocando para ele um lugar de suporte do conteúdo. Dentro de uma percepção simmeliana, o processo ganha evidência, e é tão importante quanto o objeto estudado na construção do conhecimento. Pois o processo também é um conhecimento.

Essa maneira de pensar o objeto, ou seja, essa mesma postura do pesquisador frente ao seu objeto de pesquisa, também está presente no pensamento de Sahlins (1997), quando o mesmo faz uma crítica ao conceito moderno e a certo pensamento pessimista pós-moderno de cultura a partir das análises críticas dos trabalhos de Lederman sobre os Mendi, de Hau'ofa sobre os tonganeses e Turner sobre os Kayapó. Sahlins (1997) propõe uma abordagem da cultura estudada a partir dessa postura pós-moderna que supera as grandes narrativas, sejam modernas ou pós-modernas, mas que sejam sensíveis às vozes dos estudados e que evidencie o processo da pesquisa.

Quando projetamos esse referencial sobre o conjunto objeto-contexto forma-feira – a coesão social dos mercadores da Feira do Guamá, em Belém, em torno de valorações estéticas evidenciadas ou materializadas na cultura material presente na feira – procuramos compreender a interação entre os frequentadores da feira e deles com seu entorno contextual, inclusive fregueses e fornecedores, como o fenômeno social fundamental observado, o fenômeno produtor das formas sobre as quais se estruturam os diversos conteúdos. Nesse sentido, o conteúdo *valorização estética* se produz por meio de formas sociais: a vivência comum, a troca de percepções, a interação quotidiana, o mero estar-junto.

Observar o processo de interações presentes na feira seria refletir sobre a relação de todos os elementos que compõem a feira, que a envolvem, que a tocam de alguma forma, mesmo o mais ínfimo dos elementos; pois, como observa Waizbort (2000) a

propósito do pensamento de Simmel, “A “forma” do procedimento vale tanto ou mais do que o “conteúdo” a que se chega” (WAIZBORT 2000: 21); ou seja, a forma do procedimento determina o resultado obtido. Somente com uma descrição exaustiva e densa, aquela já evocada no texto de Stephen Tyler (1991) e Geertz (1989) - que também acredito propor uma abordagem formista -, é que poderemos nos aproximar do objeto em toda a sua complexidade, observando, para tanto, que precisamos considerar o conteúdo como o resultado parcial da pesquisa, destacando as escolhas que o pesquisador fez para compreender o seu objeto, e considerando, ainda, que a dinâmica de destacar conteúdos dentre outros tantos possíveis, está relacionado com sua forma de proceder, com suas escolhas e com seus valores.

Desta forma podemos dizer que em Simmel forma social e socialidade¹⁰³ podem ser equivalentes, pois toda socialidade possui uma forma de se estar no mundo, essa forma estaria conjugada a determinada estética, ou seja, a uma forma de sentir-junto, que ocorre em todos os campos da vida ininterruptamente em contínuo processo de criação, sedimentação, desconstrução e reconstrução. Formas que geram formas e conteúdos, que se retroalimentam continuamente.

Portanto, a partir das considerações colocadas acima, fazer uma interpretação das interações vivenciadas na feira do Guamá a partir do paradigma pós-moderna, entendido como aquele processual, portanto parcial, das interações que lá ocorrem, evidenciando o lugar de quem fala e o lugar daquele de quem se fala é fazer uma etnografia comprometida, colaborativa e participativa, que submerja na densidade da experiência pesquisada. Observando e interpretando as relações que se tocam, que se encontram, estabelecidas em pontilhismos, como em uma pintura impressionista, onde cada ponto, cada universo pontual corrobora para a construção de uma forma, o quadro (MAFFESOLI, 2005b: 132), ocorrendo de formas múltiplas e concomitantes podemos compreender as valorações estética ali encontradas. Essas relações ocorrem nos momentos das trocas, sobretudo das trocas simbólicas privilegiadas pelo *estar-junto* - do riso, da fala, das posturas corporais, das expressões, dentre outras tantas possíveis a serem abordadas – e, acredito, mais intensas do que as relações econômicas estabelecidas ocorridas, num a priori, no local.

¹⁰³ Socialidade, aquela que ocorre sistematicamente em uma sociedade, atingindo-a de maneira coletiva e coercitiva sobre o indivíduo, pautando indivíduo e sociedade, construída no cotidiano, no viver a vida, na sua experientiação. (SIMMEL, 2006)

Desta maneira, em nosso entendimento, a forma-feira, para além de ser essa formação cristalizada que se forma ou se opera na cabeça do pesquisador, ela também se conforma na cabeça de quem a isto lê; ela é uma forma social que lá está, conformada na cabeça de quem a vivencia, de quem vivencia o mundo da vida. Ela é também o que Godelier (2010, 2010b) chama de *idéel* que se concretiza no *matériel*, ou seja, ela está ao mesmo tempo idealizada no imaginário, e ao mesmo tempo ela se materializa, se concretiza em forma. Esse vai e vem, entre o *idéel* e o *matériel*, que evoca Godelier (2010b), para falar do pensamento e da sua conformação em matéria, em concretude, é o que faz da feira uma forma viva.

Godelier trabalha com duas hipóteses no seu livro *L'idéal et le matériel* (2010: 168), a primeira é de que são “*as ideias que movem o mundo, pois elas moldam as realidades sociais*”, elas estão na origem da concretude dessas sociedades. A segunda hipótese que acompanha a primeira, ele observa que uma “*sociedade não se reduz às ideias que seus sujeitos fazem dela*” (2010: 168), pois existe fora do pensamento, incrustado na materialidade, ou realidade, o peso da história, ou seja, o peso dos acontecimentos e das interpretações. Assim, quando seguimos o pensamento de Simmel (2006), observamos que Godelier (2010a)¹⁰⁴ ressalta que já existe uma forma social na qual o sujeito e o pensamento se moldam, e nessa interação ocorre também um novo amoldamento da forma. Há aí uma construção dialética na conformação da forma. Poderíamos evocar a dialética como um conteúdo da forma.

Explico melhor, o homem quando nasce em uma sociedade ele herda formas de estar junto na qual ele interage e, ao interagir, se integra; no entanto a sua presença não é passiva, no momento em que ele interage com esse mundo, ou seja, com as formas sociais que o entornam, ele já contribui para a alteração das mesmas, e isto é um fluxo contínuo e ininterrupto (SCHUTZ, 2012).

Para o que nos interessa aqui, podemos observar no pensamento de Godelier (2010, 2010b) que ideia e materialidade se misturam e se imbricam, e é justamente isso que nos interessa, esse embricamento, essa interação de conteúdos que conforma uma forma social. Certo, Godelier não fala de forma social, não aborda Simmel, mas encontro no pensamento de Godelier (2010a; 2010b) o germe da compreensão sobre a construção

¹⁰⁴ Godelier não utiliza o pensamento de Simmel na sua construção teórica, assim como não utiliza o termo e nem o conceito de ‘forma social’ presente em Simmel; no entanto, vemos em ambos a mesma construção de pensamento sobre o homem e o social.

do social a partir da compreensão de forma social – observe bem que tomamos partido do pensamento simmeliano de que a sociedade é uma abstração, pois com Simmel compreendemos que o que existe são as interações que conformam as formas sociais. Assim, procuramos escapar dos conceitos preestabelecidos e das amarras conceituais que, em nossa interpretação, impedem de ver e de deixar aflorar o objeto. Outra importante observação, Simmel não utiliza o termo interação, mas partilhamos do entendimento de Quéré (1988), de que a origem do termo interação já está presente em Simmel, e é justamente essa compreensão de interação que tomamos neste trabalho¹⁰⁵.

Essa maneira de pensar e ver o objeto presente em Godelier, fica mais clara quando o mesmo afirma que a sociedade é um “*système de rapports entre les hommes*”¹⁰⁶ (2010: 171). Ou seja, apesar de Godelier (2010a) utilizar outro paradigma para desenvolver sua pesquisa sobre o social, encontramos similitudes nas percepções de ambos que, mesmo sem o saberem, acreditamos, partilham do mesmo entendimento do que seria uma sociedade para Godelier (2010), e do que seria uma forma social para Simmel (2006).

... qualquer relação social, qualquer que seja, inclui uma parte idéal, uma parte de pensamento, de representações; estas representações não são apenas a forma que reveste essa relação para à consciência, mas fazem parte de seu conteúdo. É importante não confundir idéal com ideal ou imaginário: todas as representações não se fazem presente na consciência, como em um estalo, realidades que nascem antes deles, fora deles e sem eles. Longe de ser uma instância separada das relações sociais, de ser sua aparência, seu reflexo deformado-deformante na consciência social, eles são uma parte das relações sociais, logo que estas começam a se formar e elas são uma condição de sua formação.

¹⁰⁵ Como no original : «Pour Simmel, les notions de "socialisation" et de "forme de socialisation" appartiennent au concept d'action réciproque. Simmel ne parle pas encore d'interaction. Mais son concept d'action réciproque en est l'équivalent, car il signifie un "se déterminer réciproquement"; c'est dans leurs relations et dans leurs rencontres que les individus trouvent les éléments en fonction desquels ils déterminent leurs actions et leurs conduites; plus exactement, celles-ci se déterminent réciproquement, s'ajustent les unes aux autres. C'est aussi dans leurs relations et leurs rencontres qu'ils acquièrent leur identité personnelle. » (QUÉRÉ, 1988 : 80) Para Simmel, os conceitos de "socialização" e "forma de socialização" pertencem ao conceito de ação recíproca. Simmel ainda não fala de interação. Mas seu conceito de ação recíproca o é equivalente, pois isso significa um "se determinar reciprocamente"; é em seus relacionamentos e nos seus encontros que os indivíduos encontram elementos pelos quais eles determinam suas ações e comportamento; mais exatamente, eles se determinam reciprocamente, se ajustando uns aos outros. É também em seus relacionamentos e nos seus encontros que eles adquirem a sua identidade pessoal. (tradução do pesquisador)

¹⁰⁶ “Sistema de relações entre os homens” (tradução do pesquisador)

Mas se há o idéal em toda a realidade social, nem tudo é ideal neste real. (GODELIER, 2010: 171-172)¹⁰⁷

Talvez pareça estranho utilizar Godelier para falar de forma social, mas me pergunto, o que seriam as superestruturas na interpretação de Godelier (2010b) senão as formas sociais em Simmel? As abordagens são diferentes se comparadas, mas ambos são ocidentais e procuram falar de suas experiências em observando sociedades, e, talvez, essa ocidentalidade se evidencia na construção do pensamento de ambos, assim como em suas discursividades.

Fazendo uma referência ao pensamento de Godelier (2010-B) sobre os conceitos que Marx utiliza de *Überbau* e *Grundlage*¹⁰⁸, podemos dizer que o homem não vive nas infraestruturas da feira, mas sim, na sua superestrutura, e de que esta está povoada de sentidos que se evidenciam na cultura material e imaterial, ou ainda, se evidenciam nas interações, nas formas de sociação, ou nas superestruturas das quais Godelier (2010) observa a partir de sua interpretação de Marx.

Isto considerado, indago sobre como seria abordar a feira, o gosto presente na feira, meu objeto de pesquisa, a partir dessa perspectiva formista. Para fazê-lo recorro também ao pensamento de Bourriaud¹⁰⁹, que acompanha o pensamento de Maffesoli (2005) e de Simmel (2006), para tratar a feira enquanto *forma*.

Segundo Bourriaud, ao tratar a questão da arte e das exposições artísticas, a *forma* é uma “*unidade coerente, uma estrutura (entidade autônoma de dependências internas) que apresenta as características de um mundo [...]*” (BOURRIAUD, 2009: 26); ora, um mundo não é algo simples, qualquer mundo existe com sua complexidade, e é

¹⁰⁷ Como no original : « ... que tout rapport social, quel qu'il soit, inclut une une part idéelle, une part de pensée, de représentations ; ces représentations ne sont pas seulement la forme que revêt ce rapport pour la conscience, mais font partie de son contenu. I ne faut pas confondre idéelle avec idéale ou imaginaire : toutes les représentations ne viennent pas rendre présentes à la conscience, comme après coup, des réalités qui seraient nées avant elles, hors d'elles et sans elles. Loin d'être une instance séparée des rapports sociaux, d'être leurs apparence, leur reflet déformé-déformant dans la conscience social, elles sont une part des rapports sociaux dès que ceux-ci commencent à se former et elles sont une des conditions de leur formation. Mais s'il y a de l'idéal dans tout le réel social, tout n'est pas idéal dans ce réel. » (GODELIER, 2010: 171-172) Tradução livre da pesquisadora.

¹⁰⁸ Segundo Godelier, pois o que nos interessa aqui é a interpretação que Godelier faz de Marx, *Überbau* é a construção, é o edifício que se eleva sobre suas fundações, o *Grundlage*. (GODELIER, 2010:16)

¹⁰⁹ No entanto, convém observar que Bourriaud critica o pensamento de Maffesoli sobre Simmel. Não convém aos fins deste trabalho entrar nesta questão, o que nos interessa aqui é a confluência e a construção do pensamento simmeliano nos dois autores.

esta que o faz mundo. Uma forma é, segundo Bourriaud (2009), um encontro fortuito que se torna duradouro. Maffesoli (1990) coloca que a *forma* exprime a pluralidade e a intensidade de uma existência, de um mundo, e que só através dela a vida pode existir. Ou seja, a forma, interação pura que dá-se a ver, que se concretiza justamente por ser a própria interação, é o que faz da vida a própria vida. Sem interação não há, se quer, percepção. Você só percebe, porque você interage.

Assim, entendemos que a *forma*, segundo Maffesoli, dá sentido à vida (MAFFESOLI, 2005: 87-88). Ela engendra a unicidade, àquilo que dá coesão às coisas - *a liga* de Bourriaud (2009) – mesmo as coisas mais contraditórias, pois são essas coisas que conformam uma forma social, uma forma de estar-junto:

O formismo [expressão filosófica da forma], ao contrário, mantém juntos todos os contraditórios, favorecendo assim um sentido que se esgota em atos, que não se projeta, que se vive no jogo das aparências, na eflorescência das imagens, na valorização dos corpos (MAFFESOLI, 2005: 86)

A possibilidade de pensar a feira como uma *forma* não apenas abre múltiplas possibilidades de compreensão da própria feira, mas também nos possibilita colocar em evidência as múltiplas *formas* que se formam neste interstício que, também, é a feira. “[...] *sendo elas [as formas] a causa e o efeito dessa cultura dos sentimentos da qual estamos medindo o impacto.* ” (MAFFESOLI, 2005: 86). Ela é a causa e o efeito porque é ela, a forma, aquilo que percebemos, é ela que vivenciamos e é ela que sentimos e experienciamos no cotidiano. A feira é o espaço por excelência onde múltiplos sentidos se formam, e lá “*são postos à prova e vividos à medida que vão surgindo*” (MAFFESOLI, 2005: 14). Somente assim, acredito, através da forma, podemos colocar em evidência os fenômenos do gosto, ou estéticos, ou de qualquer ordem, que caracterizam o gosto em uma sociedade pós-modernidade.

Ora, ainda que uma feira, não importa qual ela seja materialmente falando, não tenha surgido de um encontro fortuito – inesperado, ou provindo de uma colisão; ao contrário, nascido da necessidade expressa de um encontro, de uma troca, sua formação e os elementos que a sustentam e que, ao mesmo tempo são sustentados por ela – o feirante, a freguesia, suas barracas, boxes, ambulantes, camelôs, etc., - reverberam nesse espaço, provocando “encontros fortuitos”, gerando sentidos sem fim, emuladores de

formas, gestando um mundo em si, na própria feira e no seu entorno. Assim, a feira nasce do encontro, algumas vezes provocado, algumas vezes espontâneo e fortuito. É o encontro que a sustenta e a conforma; e, assim conformada, tornou-se, no tempo e no espaço, duradoura. Duradoura porque imanentiza sensações, temporaliza sensações, provocando um presenteísmo eternizado no momento (MAFFESOLI, 2005). Ela é duradoura somente no encontro, no toque, este, fugaz e fortuito. Os elementos que a constituem, melhor, que a conformam, se agregaram numa *forma*. Entre eles existe uma liga que os mantém unidos, que faz com que tenham sentido entre si, mesmo os elementos mais díspares, os mais dissonantes e os mais opostos. E é a forma que possibilita um equilíbrio sinestésico entre os elementos que a conformam. É através dela que percebemos e sentimos o mundo que nos entorna. Esse equilíbrio advindo de uma equação subjetiva dos elementos percebidos, ou melhor, sentidos ou intuídos pelos indivíduos que compõe a forma-feira.

Portanto, procuro analisar esse local, a feira, de acordo com critérios estéticos desenvolvidos tanto por Maffesoli como por Bourriaud, ao utilizarem o conceito de forma em suas pesquisas. Maffesoli no que tange às socialidades, onde quer que elas ocorram; em Bourriaud, ao tratar a arte e as exposições artísticas. Segundo Bourriaud *a forma é uma*

Unidade estrutural que imita um mundo. A prática artística consiste em criar uma forma capaz de “durar”, fazendo com que entidades heterogêneas se encontrem num plano coerente para produzir uma relação com o mundo (BOURRIAUD, 2009: 149).

Pensando na feira enquanto forma, compreendendo-a como um local que só se conforma a partir das relações humanas, pode-se dizer que, sem essas relações, a feira não existe, e a forma que a conforma também não. Não existe feira sem interação humana e toda interação humana gera uma forma, uma forma de estar-junto. Essa forma advém de uma sociação, de uma determinada sociação – de sentimentos específicos e por uma satisfação de estar socializado (SIMMEL, 2006: 64), e não qualquer uma. Portanto, essa sociação, que são formas de estar-junto também pode ser percebida através dos elementos estéticos que a compõem. Esses elementos estéticos são tanto endógenos como exógenos, ou seja, alguns elementos são trazidos para ela, e nela interagem, e outros são gerados na própria feira e a partir dela. Esses elementos caracterizam um gosto, ou melhor, concretizam um gosto que se constrói, se consolida e se transubstancializa na interação e só em interação ele existe.

Essa forma é o resultado das relações humanas estabelecidas na feira; são efeitos e, conseqüentemente, causa; dela e nela emanam desejos e necessidades que se materializam, se concretizam através dos elementos resultantes e também conformadores das interações, como as formas de vestir, de falar, as expressões corporais, performances, a cultura material presente na feira. Assim, materialmente, podemos identificar alguns elementos que a compõe: seus boxes, camelôs, ambulantes, ruas, carros, tráfego, espaços de circulações, além e principalmente de formas de falar, de risos, de estar, de sonoridades, de adereços, de posturas de seus frequentadores – feirantes, passantes, comerciantes, freguesia, seus bêbados e loucos, e frequentadores de toda ordem.

A partir de uma análise não epistêmica, mas fenomenológica desta forma social, ou seja, de uma análise que pretende escavar para conhecer as camadas de sentido que estão presentes na feira e que conformam a feira enquanto tal, é que podemos estabelecer as relações que ocorrem entre os elementos na feira, de maneira que um elemento não seja percebido de forma isolada, mas sim dentro de sua relação com os demais, compreendendo não somente o valor simbólico da cultura material que a conforma, mas percebendo nesses elementos os valores estéticos das interações que constituem a feira.

Seguindo essa compreensão de forma podemos pensar e observar como na feira gera-se e reverbera-se uma forma própria de estar-junto, uma socialidade própria àquele universo. A feira é o resultado de uma experiência coletiva viva, que resulta da sincronicidade de seus elementos, por mais distantes e díspares que possam eles ser. Por outro lado, isso gera um diacronismo que conforma aquela forma enquanto tal, mas, e que, ao mesmo tempo, a mantém em seu dinamismo. Ela só é aquilo que ela o é, e só aquela forma possui, devido a relação estabelecida entre seus elementos e conteúdos que se revigoram e renovam no processo interativo.

Notamos que Bourriaud observa que a estética é um arranjo maleável (Bourriaud, 2009: 134) capaz de funcionar em vários níveis, e em todos os planos da experiência humana. Essa estética maleável que conforma uma forma, no nosso caso a feira, só assim o pode enquanto forma ser entendida, devido ao sentimento de *religere* (ligação) – termo que Maffesoli usa para também falar da estética enquanto um sentir-junto (MAFFESOLI, 2000:141) - presente em seus elementos constituintes: os indivíduos e as relações que os mesmos estabelecem entre si e entre os demais elementos, ou, dizendo de outra forma, entre a cultura material ali existente - os objetos de toda sorte, os sentimentos e sensações -, materiais e imateriais que compõe a feira.

Deste modo, feira enquanto forma é, também, uma forma-interstício (BOURRIAUD, 2009). Ou seja, enquanto uma unidade estrutural que conforma um mundo, geradora – mas, também, fruto - de encontros fortuitos, que nasce como uma forma potencial, com a potencialidade de gerar diversas outras formas em seu interior. Ela possui uma estética relacional, uma estética que se forma a partir da materialização desse encontro - essa materialização está presente na cultura material ali gerada e para lá levada e reverberada, que acaba por gerar e conformar a própria feira -, das relações que a fomentam, que a geram, mas também que lá reverberam, que nascem, morrem e renascem em seu seio. Uma estética relacional que conforma formas, formas de estar-junto, formas de socialidades ou formas sociais.

3.4 A feira, uma forma pré e anti moderna

A feira não se compõe como espaço moderno, pois ela não restringe as possibilidades das relações humanas, elas mantem-se gerando múltiplas formas de relações humanas de gênero, de classes, de sentidos, possibilitando os espaços sinestésicos. Deste modo, a feira é um espaço pré-moderno, ou melhor, hoje, pós-moderno, porque na feira encontramos o paradoxo próprio da vida, vivida, experienciada, sentida; e essa vida que se concretiza, que toma forma na forma, é polissêmica por excelência. Aqui compreendemos a pós-modernidade tal como Maffesoli, como uma recuperação das dinâmicas arcaicas (MAFFESOLI, 2000).

A temporalidade da feira rompe com o paradigma moderno de tempo. Sua estrutura temporal é atemporal, mantendo-se da mesma forma, assim como ela sustenta a temporalidade das relações humanas estabelecidas em seu seio.

Para a compreensão de uma sociedade, de uma comunidade, ou de qualquer forma social realizada, a feira é o local privilegiado, pois nela e em torno dela reverberam as potencialidades de um estar junto que é, ao mesmo tempo, o da casa – enquanto um segundo lar, e o da rua.

Na feira, nesta intersecção entre o privado e o público, os modelos de socialidades ali presentes são perenes e fluidos simultaneamente, estabelecidos numa temporalidade do instante, no momento, e, portanto, se formam de forma pontual. Utilizo-me desse conceito de socialidade em Simmel (1999) e que se alarga em Maffesoli (1990, 2000), para compreender os processos de formação do vínculo interpessoal que ocorre na

feira. Essa socialidade maffesoliana ocorre em uma relação dionisíaca – ou seja, em uma relação em que a razão pura não predomina, mas sim a sensação, a sinestesia, a emoção, ou melhor, outra razão que a razão cartesiana desconhece ou teima em não considerar – que está presente nas relações humanas, por meio do qual a sensação, o universo emocional, se sobrepõe à racionalidade cartesiana e positivista. O que caracteriza essa socialidade da qual falamos seriam “[...], *ces rapports tactiles, par sédimentations successives, ne manquent pas de créer une ambiance special; ce que j’ai appelé une union en pointille.*” (MAFFESOLI, 2005: 132). Uma união que se espalha e que não segue uma só direção, e que no seu espalhar conforma uma forma de estar junto. Uma metáfora a essa imagem evocada é a pintura impressionista, e mais especialmente ao pontilhismo de Seurat, forma pictural conformada por minúsculas pinceladas em forma de pontos que corroboram para uma imagem, ou uma forma pictural em seu todo e à distância, ou seja, na superfície dada a ser observada¹¹⁰.

Relações que se tocam, que se encontram, estabelecidas em pontilhado uma com as outras, se dando de formas múltiplas e concomitantes. Essas relações ocorrem nos momentos das trocas, sobretudo das trocas simbólicas privilegiadas pelo *estar-junto* - do riso, da fala, das posturas corporais, das expressões, dentre outras tantas possíveis a serem abordadas – e, acredito, mais intensas do que as relações econômicas estabelecidas determinam, num a priori, no local.

A feira se coloca como um espaço pré-moderno porque sua essência, constituída de troca, num a priori econômico, mas fundamentalmente simbólico, está na base de sua criação. Como coloca Simon (1996 e 2004)

Loin d'être des faits naturels, les marchés sont le fruit d'évolutions sociales et historiques complexes qui mettent aux prises des acteurs multiples, porteurs d'intérêts particuliers : en ce sens ils constituent des constructions sociales et politiques qui participent du monde « artificiel (SIMON 2004, *apud* CORIAT ; WEINSTEIN, 2005).

¹¹⁰ Seurat, Georges (1891). *Le Cirque*, peinture, tableau, huile sur toile, H. 1.86 ; L. 1.52 m. - Dim. avec cadre : H. 2,320 ; L. 1,985 m. (2010Paris (France) 1859 - Paris (France) 1891. Dentre outras realizadas pelo pintor. (Cf. Musée d'Orsay) http://www.musee-orsay.fr/fr/collections/oeuvres-commentees/recherche/commentaire_id/cirque-7090.html consultado em 09 junho 2016.

No entanto, a troca simbólica está intrínseca na sua constituição, e assim também a mantém e a sustenta, pois, a feira surgiu do encontro dos homens, e da necessidade de se estabelecer relações. Importante aqui observar que o valor que conferimos ao simbólico segue o pensamento de Godelier (2010-A) que coloca que o imaginário tem o primado sobre o simbólico¹¹¹; no entanto é o simbólico que concretiza o imaginário e possibilita que ele seja partilhado. É o simbólico que transforma o imaginário em relação social real, pois é ele que, repito, dá concretude ao imaginário. Portanto, esse resultado, da relação entre imaginário e simbólico¹¹², não concerne apenas ao simbólico, mas, sobretudo, à relação que se estabelece entre imaginário e simbólico na construção da relação social. (CASTRO, 2016; GODELIER 2010; GODELIER 2010b)

Seja na antiguidade, seja no mundo medievo, seja no que entendemos como modernidade e na contemporaneidade, a feira permanece enquanto encontro, enquanto espaço de troca, a priori, troca econômica, mas, sobretudo trocas simbólicas geradas no imaginário de quem a vivencia. As relações que a sustentam, não importa a temporalidade, aí estão presentes. Ela é a mesma forma desde sua origem. Uma forma que nasce da necessidade da troca; trocas, *a priori* materiais, como já coloquei trocas econômicas, mas trocas fundamentalmente simbólicas.

O nascimento da feira que hoje conhecemos na sua materialidade, está da Idade Média, e esse mesmo espaço pouco ou nada se reinventou, guardando e mantendo as relações humanas e sociais estabelecidas em seu seio; a feira é, por essência, o lugar de reverberação de uma cidade (CASTRO, 2013). Essa forma permanece perene, pois se sua aparência modifica, seu interstício permanece. A feira se configura nesse espaço onde ocorrem relações humanas que, de acordo com Marx, é um espaço que “[...] *sugere outras possibilidades de troca além das vigentes nesse sistema.*” (In BOURRIAUD, 2009: 23-24).

Ela é antimoderna porque ela manteve e mantém, historicamente, as zonas e as maneiras de comunicação, o local duradouro, o boca-a-boca, o face-a-face, não permitindo que a modernidade a rompesse, e mesmo pouco a alterasse. Vedana (2004, 2008), Gonçalves e Abdala (2013), Castro (2013), Castro e Castro (2016) Silva e

¹¹¹ A concepção de Godelier (2010-A) sobre a relação de imaginário e simbólico é clara. Segundo o próprio autor, diferentemente do pensamento de Lévi-Strauss, é o imaginário que detém a primazia sobre o simbólico. (In CASTRO, 2016)

¹¹² Essa relação é melhor discutida no livro *L'idéal et le matériel* (2010) do mesmo autor.

Rodrigues (2014), Souza e Rodrigues (2014) e Santos e Leitão (2014), já observaram que há certa trivialidade nas formas de sociação estabelecidas nas feiras; como dizem Gonçalves e Abdala, “*esta modalidade de comércio prima sempre pela pessoalidade nas relações*” (GONÇALVES e ABDALA, 2013: 4). Leitão, a propósito do mercado do Ver-o-Peso, observa essas formas de socialidade, com seus tecidos de impessoalidade, observando que as feiras conformam redes que ajustam as assimetrias presentes nas relações (LEITÃO, 2010).

A feira promove e sustenta o contexto social, abrindo e mantendo, ao contrário dos demais espaços presentes na modernidade, as possibilidades das relações humanas. Nela as sociabilidades nascem e reverberam-se abrindo em potencialidades as relações humanas.

3.5 A forma Feira enquanto geradora de formas

A feira se torna geradora de formas porque ela promove o encontro; o encontro fortuito que se transforma em duradouro. Ela também promove a liga que une os elementos partícipes desse encontro fortuito, gerando um novo estar junto, um novo universo estético, uma nova forma, relacional, pois a mesma só existe como fruto da relação entre dois ou mais elementos. A feira promove momentos de subjetividade ligados às experiências peculiares em seu universo, marcados por elementos originários e pertencentes a feira (BOURRIAUD: 2005: 27).

Os elementos peculiares e pertencentes à feira que participam dessa conformação são, como falei anteriormente, seus boxes, os camelôs que lá se instalaram, os vendedores ambulantes, as ruas que materialmente instalam a feira, o cruzamento da Av. José Bonifácio com a Av. Barão de Igarapé Miri, os carros e ônibus que atravessam esse contexto conformando um tráfego particular, assim como motos, bicicletas, carroças puxadas por cavalos ou burros, pedestres, espaços de circulação entre carros, boxes, barracas, calçadas, corredores para pedestre entre barracas e demais vendedores, além e principalmente de formas de falar, expressões faciais e corporais, formas de risos, formas de estar, sonoridades, posturas de seus frequentadores, dentre eles feirantes, passantes, comerciantes, freguesia, seus bêbados e loucos, e frequentadores de toda ordem.

Esses elementos dialogam um com os outros, se encontram, se colidem, se tocam. É nesse local que é *forma* - pois nasce do encontro aleatório provocando um

encontro fortuito duradouro, como apontei anteriormente -, que também é interstício. Interstício, pois a feira sendo um espaço onde as relações humanas se produzem e reproduzem, produzindo assim diversas formas de estar junto; é o espaço onde são gestadas e geradas continuamente novas formas, advindas de encontros sem fim, encontros permanentes, encontros fortuitos, encontros infinitos que ocorrem impertinentemente. E é aí, nessa forma-interstício, onde podemos encontrar *formas* estéticas evocadoras de reciprocidades, como por exemplo, a relação de freguesia, “*O açougueiro, o alfaiate, o vendedor de lã e o encarregado do café estão vinculados a seus clientes regulares com termos absolutamente equivalentes e reversíveis.*”¹¹³ (GEERTZ, 2003: 181); ou seja, em uma relação simétrica, de igualdade, mas muitas vezes antagônicas e competitivas. Ou, senão, evocadoras de elementos capazes de produzir reciprocidades dentro de uma perspectiva simmeliana, pois a relação feirante-freguês é uma relação que se apoia em uma forma social (GEERTZ, 2003) já presente na feira, uma forma que funciona baseada em uma relação de trocas equiparadas, portanto, recíprocas Mauss (2003), Simmel (1999; 2006), Sabourin (2008).

Forma social e intersubjetividade

A forma pertence ao reino da impessoalidade, é a experiência intersubjetiva pura. Ela significa repetição, tipificação, standartização, independente da subjetividade de cada indivíduo, mas depende da intersubjetividade de todos. As normas são intersubjetivamente válidas. É a forma social que liga uma pessoa à intersubjetividade; socialmente tal coisa só é possível dentro de um leque de possibilidades, e esse leque de possibilidades se configura, se molda ou está presente na intersubjetividade.

Neste sentido, a ideia de sociação abordada em Simmel possui dois planos. O primeiro plano pode ser compreendido como o de justaposição de pessoas, aquelas, colocadas em relação; esse primeiro plano é básico e fundamental.... Em outro plano é a estilização, ou seja, é quando não é mais apenas a forma, mas a forma numa dinâmica de estilização...

Quando Fátima vai até seu Ed, seu companheiro, pegar dinheiro, e o faz ali na feira, no seu local de trabalho, na frente de todos; seu Rai, que está próximo de seu Ed

¹¹³ Como no original : “*Le boucher, le tailleur, le vendeur de laine et le tenancier de café sont liés à leurs clients réguliers em des termes absolument equivalente et réversibles*” (GEERTZ, 2003: 181)

participa da cena. Para o desconcerto de seu Ed., que sorri sem graça, seu Rai começa a zombar em voz alta e a bater com o terçado no ferro da barraca. Imediatamente uma orquestra de vozes, no mesmo tom de “Aeeeeehhhhhhhhhhh”, acompanhada das batidas repetidas e sincopadas dos facões e terçados no ferro das barracas, formam uma orquestra composta; não mais por um ‘barulho’, como apontei anteriormente, mas por uma conformação, uma forma dentro de uma forma social, comunicativa que todos ali compreendem. Quem mesmo não sabe o porquê exato da brincadeira, entra nela e imita os demais, sabendo que estão “zoando” de alguém. Risos e gargalhadas acompanham o coro feito de vozes e batidas metálicas.

Quando falamos de coesão e de unicidade não estamos afirmando que isto surge de uma homogeneização dos elementos que interagem, e nem mesmo que esses elementos, ao interagirem, possam encontrar uma harmonia idílica que evoca paz ou serenidade, sem animosidades. Não. Quando falamos de coesão, além de evocarmos uma possível harmonia citada acima, também evocamos as incoerências que conformam uma forma de estar junto; evocamos a desarmonia, a diferença, a discrepância, os embates e as forças contraditórias, que, também, conformam a sociação da qual falamos. A unicidade é a socialidade formada pelo “igual” e pelo “diferente”, conformada pela simpatia e pela antipatia, pelos embates e disputas de toda ordem. É da ordem do vivido. E na ordem do vivido a reciprocidade é fundamental na conformação do fenômeno de sociação, visto a sociabilidade, quando desvincilhada das realidades da vida social e do mero processo de sociação, é uma *‘forma lúdica de sociação, e – mutatis mutandis’ – algo cuja concretude determinada se comporta da mesma maneira como a obra de arte se relaciona com a realidade* (SIMMEL, 2006: 65), e no universo do lúdico é a interação recíproca que mantém os vínculos. É o dar e receber que mantém a ação recíproca e o sentimento de partilhar algo. A reciprocidade é fundamental na formação de todo fenômeno de sociação.

Queré (1988) dialoga com a noção de “ato de configuração” de Ricoeur (2011); esta foi a maneira que Ricoeur teve de falar de Simmel (2006). Conceito de mise-en-intrigue (RICOEUR, 2011) – colocar em intriga -, estabelecer um nexos, conceito inicial que diz que toda narrativa, qualquer uma, o núcleo comunicacional dessa narrativa é uma mise-en-intrigue, é o nexos que você vai estabelecer entre as pessoas. A partir do ‘colocar em intriga’ ele vai trabalhar a ideia de ato de configuração. Este pensamento estaria presente em Schutz (2012), quando o mesmo observa que, ao tipificar, nós enquadrados

determinada ideia em um nexos explicativo, enquadrada determinada forma de se associar a uma pessoa...a forma social segundo Ricoeur (2011) como ela começa a existir, a partir do impulso vital do ser humano a partir da intriga – intriga como ato comunicacional puro, conferir um nexos entre uma coisa e outra. Ato de configuração é o que liga... intriga no sentido de fazer a ligação.

3.6 O referencial formista em Simmel, Maffesoli e Godelier

Assim, essas interações da qual falamos foram e, ainda o são, geradas a partir de um sentir-junto, de experiências comuns, de sensações, de emoções de vida de toda ordem, que ganham sentido quando vividas, experienciadas e partilhadas. Procuramos encontrar e perceber esse sentir-junto inserido em uma temporalidade específica – da duração de nossa pesquisa - que conforma determinada forma social e, dessa maneira, produz uma estética específica. Estética aqui pensada a partir do pensamento de Maffesoli (1990; 2000), como aquele que resulta de um sentir junto, de uma vivência partilhada que se traduz em formas de estar junto, ou seja, em uma forma social.

A noção de forma social, em Simmel (2006: 60) surge em razão da compreensão do fenômeno de sociação. Sendo a sociação o processo geral de interação, efetiva ou potencial, entre os indivíduos, a forma social equivale ao tecido já constituído que permite essas sociações. Para Simmel a sociedade não existe em si mesma: o que existe são os resultados das ações recíprocas que conformam uma forma de estar no mundo, ou seja, o que existe é a relação que os homens estabelecem entre si e com o mundo, é a interação, ou sociação.

Esses conceitos permeiam a obra de Simmel e constituem a base de sua interpretação dos fenômenos sociais:

... a forma (que se realiza de inúmeras maneiras distintas) na qual os indivíduos, em razão de seus interesses – sensoriais, ideais, momentâneos, duradouros, conscientes, inconscientes, movidos pela causalidade ou teleologicamente determinados -, se desenvolvem conjuntamente em direção a uma unidade no seio da qual esses interesses se realizam. Esses interesses, sejam eles sensoriais, ideais, momentâneos, duradouros, conscientes, inconscientes, casuais ou teológicos, formam a base da sociedade humana (SIMMEL, 2006: 61).

Assim a sociação está presente em toda relação social e mesmo entre aqueles sujeitos que não se conhecem e nem mesmo possuem um contato; pois há uma pactuação,

de alguma maneira, visível ou invisível, entre os sujeitos para que estes se possam entender e partilhar as vivências no mundo.

O que Simmel define como uma sociologia formal é a análise das formas de socialização que os homens implementam; ou seja, é análise das interações, das relações sociais em termos de *Formung*, ou seja, em termos de uma modelagem que resulta, mas ao mesmo tempo provoca, operações entre os elementos sociais, “*bref de leur morphogénèse plutôt que de leur morphologie*” (QUÉRÉ, 1988: 78), como diz Quéré, a respeito de Simmel.

E como esclarece o próprio Simmel, ao explicitar o resultado da sociação, dizendo que ela,

...é feita e refeita constantemente, e ela se refaz novamente entre os homens em um eterno fluxo e ebulição que liga os indivíduos, mesmo lá onde ela não alcança as formas de organização características. Os homens olham-se um para o outro, eles sentem invejas mútuas, eles se escrevem cartas e almoçam juntos; sentem simpatias e antipatias para além de todo interesse tangível; do mesmo modo o reconhecimento por um ato altruísta cria links infalíveis; (...) eles se vestem e se adornam para os outros: essas milhares de relações de pessoa para pessoa, temporárias ou duráveis, conscientes ou inconscientes, superficiais ou ricas de consequências (...) ligam constantemente uns aos outros (SIMMEL, 1981: 90).

Deste modo, é importante observarmos que a forma é constituída não somente por elementos simpáticos e pares, mas, sobretudo pelos diferentes e pelas diferenças de composições. Uma forma não é homogênea, pois ela retrata uma experiência coletiva, uma experiência viva do estar-junto, portanto ela é múltipla, complexa e, assim, heterogênea. Ela resulta de uma determinada sincronicidade – ainda que os elementos, os conteúdos e os movimentos que ela contém em si, não sejam sincrônicos, porém ela espelha o diacronismo das relações sociais em seu dinamismo, e esse refletir ou espelhar evoca uma sincronicidade que permite que a forma tome fôrma.

A forma simmeliana é tanto uma "configuração cristalizada", com uma lógica imanente, que precede e constrange a ação recíproca; mas, por outro lado, é o resultado de uma operação, à medida que prossegue a partir de um processo de moldagem das interações (QUÉRÉ, 1988: 80).

Assim, se a forma, por um lado, é uma construção que tem essa dimensão de algo cristalizado, onde o homem se enquadra na forma para nela agir e interagir, desta maneira

funcionando a forma como uma fôrma, com uma lógica imanente de construção de adaptação daquela fôrma, obedece uma pactuação; por outro lado, a forma é o resultado de uma operação que sofre alterações contínuas dos elementos que a integram e que, portanto, a remoldam infinitas vezes. A forma herda uma fôrma circunstancializada, mas esta é alterada continuamente a partir de uma lógica local, de um fato novo, de um novo fenômeno que ocorre em seu interior. Desta maneira a forma, assim como as interações, resultam dos ajustes recíprocos para organizar o percurso de uma ação. A forma é o resultado das interações, no entanto esse resultado pode ou não ser perene, mas não é fixo e nem estável, ela se conforma conforme as ações recíprocas. Ao mesmo tempo que ela é geradora de interações, ela é o resultado destas mesmas interações.

A forma, sendo o que liga, o que vincula os elementos de uma interação, é o princípio interno e não simplesmente uma reprodução na sua realidade imanente, pois na relação se conforma novamente aquela ou uma nova forma. Na reprodução da forma social, no momento em que os elementos que conformam uma forma produzem interações, e nessa produção cada fenômeno é circunstancial, portanto novo, este fenômeno, novo naquele novo contexto, passa a pré-moldar uma nova forma social, uma nova maneira de estar junto, uma nova forma advinda de outra forma.

A forma se organiza de maneira imanencial; assim, possui um princípio interno, ela possui uma dimensão de autodeterminação recíproca, ela não é simplesmente a roupa que vai vestir todo mundo, mas a roupa que será costurada por todos que fazem parte daquela forma. As pessoas vão construir uma correferencialidade. As pessoas pactuam o sentido, e a essa pactuação Schutz (2012) chama tipificação, ou seja, enquadrar determinada ideia em um nexo explicativo, enquadra determinada forma de se associar a uma pessoa, a uma coisa, a uma ideia, a um valor, o que veremos mais à frente.

Não sendo a forma algo estático e perene, não sendo algo homogêneo e exaurível, podemos agora evocar as assimetrias que configuram e estão presente na conformação da forma, observando que as relações humanas se engajam em um grande esforço de pactuação e de convencimento.

A forma social é o que diferencia em uma recorrência; a forma reproduz uma descontinuidade em uma experiência vivida. Ela é a materialidade/concretude de uma sociação; é ela que evidencia a sociação. A forma social introduz a descontinuidade na continuidade; ela é um fenômeno. Toda vez que ocorre uma forma, ocorre a mudança de um fenômeno social.

Dentre os autores que contribuíram para a construção de nosso entendimento de forma em Simmel (2006), apontamos como os mais significativos, Maffesoli (2000; 2005), Quéré (1988), Wandenberg (2005), Waizbort (2000) e Castro (2013). A partir desses autores construímos nossa compreensão e nossa interpretação do que seria o conceito de forma social, se possível for, fechamos um pensamento em um conceito.

Compreendemos o pensamento simmeliano como aquele pensamento maleável e flexível, que, na construção reflexiva e empírica do objeto procura adaptar-se às necessidades impostas pelo mesmo, tal como coloca Waizbort (2000) “*Essa liberdade é flexibilidade, maleabilidade, plasticidade, ‘ausência de preconceitos, possibilidades dos mais díspares conteúdos’*” (WAIZBORT 2000: 23-24). É desta forma que entendemos o pensamento de Simmel, como um pensamento aberto ao que vai encontrar, sem os pré-conceitos ou prejulgamentos que impedem uma abordagem aberta do objeto, levando com que o objeto se mostre da maneira mais expansiva e completa possível; uma abordagem que procura encontrar o objeto na sua amplitude e complexidade, deixando-nos percebê-lo, escutá-lo, senti-lo, para melhor captá-lo, evidenciá-lo e cerzi-lo.

Assim, compreendemos que o pensamento, já na construção do objeto a ser pesquisado, reflete uma postura do pesquisador que, ao pensar o objeto, ainda que de maneira não consciente, “*indaga o lugar do pensamento no seu momento histórico*” (WAIZBORT 2000: 44); ou seja, a construção do objeto informa uma cultura de pensar que deve levar em consideração não somente o objeto de pesquisa, mas, tão importante quanto o objeto de pesquisa, é o pesquisador e o processo construído por este ao escolher, encontrar, construir e interpretar o objeto da pesquisa. Esta postura, entendida por muitos como uma postura pós-moderna¹¹⁴, não procura a verdade absoluta dos seres e das coisas, mas busca, na relação, nos processos de interação, a compreensão da vida, o sentido, aquilo que dá coesão e unicidade às coisas mais díspares, às relações. Bem entendido aqui, que essa unicidade também significa conflito, tensão, violência e não apenas coisas boas e fáceis de serem vivenciadas e percebidas. Essa unicidade se conforma na complexidade dos elementos que conformam o objeto estudado.

¹¹⁴ Uma postura de pensar pós-moderna que rompe com o pensamento dogmático moderno centrado na teoria em detrimento do objeto. Na Antropologia, tardiamente, podemos observar essa nova postura no pensamento de autores que participaram do Seminário de Santa Fé (1991) como Stephen Tyler, James Clifford, Renato Rosaldo, Mary Pratt. Essa postura também se reflete no pensamento de Sahlins (1991), Geertz (1978), dentre outros.

Desta maneira, um fato importante para essa percepção simmeliana ocorra, e que diz respeito ao pesquisador, está na capacidade do pesquisador de ter a sensibilidade adequada para moldar sua mente, assim como seu método, às necessidades do objeto; tornando-se capaz de se destituir, da melhor maneira possível, de qualquer visão preconcebida tanto do objeto quanto de sua função. Em síntese, ter a sensibilidade de perceber que o processo é uma forma de conteúdo e de conhecimento para a construção do objeto, assim como para a sua compreensão e interpretação.

Do mesmo modo, não podemos tomar o resultado da pesquisa sem pensar o processo, e assim, evocar para ele um lugar de suporte na própria pesquisa. A partir desta perspectiva o processo ganha evidência, e torna-se tão importante quanto o objeto estudado na construção do conhecimento. Pois o processo também é uma forma de conhecimento permitindo-nos o conhecimento de elementos que conformam uma doxa, uma maneira de pensar, de viver e de atuar no mundo da vida, seja esta do pesquisador, seja do objeto pesquisado, assim, seja a da própria construção do conhecimento.

Maffesoli parte do caminho traçado por Simmel para colocar que o que há de mais importante no conhecimento da coisa, qualquer que ela seja no campo do conhecimento, que é o “*contenta(r)-se em levantar problemas, fornecendo ‘condições de possibilidades’ para responder a eles caso a caso e não de maneira abstrata*” (MAFFESOLI 2005: 87). Ou seja, conhecer e tentar compreender o objeto de estudo ou as formas sociais, sem violentar o objeto, deixando-o mostrar-se através da abertura interpretativa do pesquisador. Dessa maneira, a ênfase é, também em Maffesoli (1999) como acreditamos em Simmel (2006), colocada na relação com o outro, na relação pesquisador/objeto para uma compreensão dinâmica da vida. E, a partir dessa percepção de mundo, desta maneira de pensar, onde nada pode ser deixado de lado, à parte, pois tudo pode ser influenciado e influenciar na dinâmica das interações, e assim, na dinâmica da construção do conhecimento.

Observamos assim que, dentro dessa percepção simmeliana, ou formista, nada deve estar fora do processo estudado, nada pode estar fora de uma verdadeira observação; todo fato, por menor que seja, é relevante para uma compreensão. Mas, repito, dentro de uma determinada compreensão simmeliana e maffesoliana na qual não se chega a uma compreensão fechada, estática, limitada, acabado do objeto estudado; mas chega-se a uma compreensão temporal, espacial e parcial. Esse olhar do pesquisador, essa maneira de construir e de tomar o objeto para si, que procurar ampliar sua capacidade de assimilação

do objeto, permitindo que o objeto se mostre em toda a sua plenitude, caracteriza uma postura, digamos, democrática e sensível da parte do pesquisador que compreende que o esforço da construção do pensamento não pode se deixar enganar pelo enquadramento à teoria, e que o próprio objeto pode e deve construir a sua.

A partir dessa perspectiva, a feira seria percebida em seu processo de construções diárias de formas, com o qual o processo do conhecimento não pode ser separado do seu resultado, ou seja, de seus conteúdos e da própria forma-feira. Para Simmel (2006), todos os elementos têm uma interligação, e nada pode ser estudado separadamente.

Observar um determinado objeto seria observar, também, todo o seu entorno, todos os elementos que para ali afluem ou dali confluem, e que, mesmo aquele que pareça o mais distante e o mais ínfimo pode, particularmente, alterar a conclusão e o andamento do processo de construção do objeto, assim como do processo de construção do conhecimento.

La forme simmelienne est à la fois une "configuration cristallisée", avec une logique immanente, qui précède et contraint l'action réciproque ; mais d'un autre côté, elle est le résultat d'une opération, dans la mesure ou elle procède d'un processus de mise en forme des interactions.¹¹⁵ (QUÉRÉ, 1988: 80)

Lembro aqui do que Peirano (1995) falava sobre a etnografia, vista por muitos como um método, mas que para Peirano é também teoria, ou melhor, uma construção teórica que permite a elaboração de conhecimento. Assim também vejo a construção da forma pelo pesquisador. Esta chega a ser quase uma abstração para uns, mas para outros não, ela é justamente aquilo que se dá a ver, que se mostra aos olhos aos sentidos – e também ao pensamento racional cartesiano - é a concretude das interações.

Pensar o processo seria pensar a relação de todos os elementos que compõem a feira, que a envolvem, que a tocam de alguma maneira, mesmo o mais ínfimo detalhe, mesmo o mais ínfimo dos elementos, pois, como observa Waizbort (2000) a propósito desse pensamento em Simmel, “A “forma” do procedimento vale tanto ou mais do que o “conteúdo” a que se chega” (WAIZBORT 2000: 21). Ou seja, a forma do procedimento determina o resultado obtido, porque ele, o procedimento, em si já é um

¹¹⁵ Como no original: "A forma simmeliana é de um lado uma "configuração cristalizada", com uma lógica imanente que precede e constrange/força a ação recíproca; mas, por outro lado, é o resultado de uma operação, na medida em que ela procede a partir de um processo de moldagem interações." (QUÉRÉ, 1988:80)

conteúdo, já é um resultado. Somente com uma descrição exaustiva, uma a abordagem formista - que pode ser comparada às abordagens mais contemporâneas e mais conhecidas de Paul Ricoeur (1973) e Geertz (1989) -, dos elementos pertinentes ao objeto estudado, é que poderemos nos aproximar do objeto em toda a sua complexidade.

A partir das considerações acima, saliento que pretendo tratar a feira por meio de uma perspectiva formista, entendendo-a como uma forma, adotando para pensá-la uma cultura pendular entre o sujeito, eu, e meu objeto – talvez fosse melhor falar em meus objetos – a feira e o universo que a envolve, procurando encontrar nesta forma, e, ao mesmo tempo neste interstício (BOURRIAUD, 2009), os elementos evocadores do gosto. Para isto é fundamental,

... sempre escavar as camadas mais profundas, em uma interpretação – ‘Sinngebung’, isto é, o processo de dar sentido – que, no entanto, nunca se cristaliza como uma verdade última e imutável, mas está sempre aberta ao movimento que é próprio da vida e do próprio processo de interpretação. (WAIZBORT, 2000: 30).

Dentro da impossibilidade da síntese, acredito que a melhor maneira de interpretar esse movimento da vida ao qual Simmel se refere é, através dessa evocação múltipla das possíveis interpretações, procurar evidenciar uma *forma* dentro de sua complexidade.

Deixando de lado as analogias fáceis, pode-se dizer que a forma que unifica os conteúdos sensíveis opera “como taxonomia, um sistema de classificação ou um esquema conceitual” [OAKES, 1980, p. 10], preenchendo uma função epistemológica: ela [a forma] define as condições de possibilidades da experiência e da representação do mundo, as condições transcendentais sob as quais o mundo pode se tornar objeto de experiência e do conhecimento”. (VANDENBERGHE: 2005, p. 61)

Esta maneira de pensar o objeto, e de tratá-lo, entendemos que também está presente nas preocupações e reflexões sobre o texto etnográfico, colocadas no Seminário de Santa Fé (1984), através dos trabalhos de Clifford, em especial no artigo “*Introducción: Verdades parciales*” e no “*Sobre la alegoria etnográfica*” (CLIFFORD, 1991: 25-60 e 151-182), assim também nos textos de Rosaldo (1991), sobre o trabalho de Evans Pritchard a respeito dos Nuer; e de Le Roy Ladurie (1975) sobre Montaillou e, ainda, nas de Mary Pratt (1991) e de Tyler quando estes fazem um paralelo entre evocação e etnografia como o “*discurso del monde postmoderno para el monde que hace*

ciência, y esa ciencia ya hecha desaparece por el influjo de lo postmoderno quedando el pensamiento científico como una forma arcaizante...” (TYLER, 1991: 184). A construção de um pensamento que se expressa textualmente e que surge não a partir de um monólogo, mas de uma expressão dialogal e polifônica, advinda de uma nova postura etnográfica, oriunda de um novo pacto estabelecido entre o intérprete/pesquisador e o pesquisado ou interlocutor, para superar, assim, as “*representaciones meramente funcionales de los símbolos para substituir lo aparente, lo ausente, lo “diferente”, conceptos, tales, propios a la gramatología textualizadora.*” (TYLER, 1991: 193) e tentarmos evidenciar o traço (DERRIDA, 1994) aquilo que, talvez, contemple, não a totalidade, mas multiplicidade de sentidos.

3.7 Imanência e estranhamento

Nos tópicos acima, apresentei um conjunto de perspectivas teóricas e metodológicas que, de alguma forma, se unem para permitir este trabalho. No entanto, é preciso dizer que, sendo tributário de todas essas perspectivas, não buscamos seguir, estritamente, e integralmente, a nenhuma delas. Cada trabalho constrói sua metodologia própria, sobretudo quando realiza uma etnografia, porque o campo, a experiência do campo, é o verdadeiro filtro que adéqua todos os nossos referenciais, tanto teóricos quanto pessoais.

Assim, é preciso dizer que quando mencionei uma abordagem fenomenológico-arqueológica não busquei, estritamente um método fenomenológico. E que, igualmente, não busquei uma explanação exaustiva do pensamento de Simmel; igualmente, para apontar o que vimos, para explicitar o gosto como forma social – mesmo porque essa tarefa estaria certamente além de nossa competência e proposta. E ainda que não busquei fazer, estritamente, uma etnografia sensorial ou dos sentidos. Este trabalho não se enquadra em uma caixa de conceitos; mas, sim, ele utiliza instrumentos dessas antropologias e etnografias, assim como de outras disciplinas. Este trabalho enseja o labirinto onde “*o andarilho se submete, e fica à mercê daquilo que acontece*” (INGOLD, 2015: 29).

E nosso entendimento a trilha etnográfica é sempre um labirinto, não obstante o necessário horizonte de uma paisagem a apresentar – no caso das etnografias feitas para

conformarem teses, dissertações, relatórios e prestações de contas de bolsas e projetos e outras paisagens afins. Recorro a Ingold, mais uma vez, para falar dessas paisagens:

...essas múltiplas ‘paisagens’ não se referem ao mundo prática e produtivamente habitado. Elas se referem aos mundos virtuais criados pela captura das experiências incorporadas e perceptuais da habitação e pela sua devolução, em formas artificialmente purificadas, para interpretação e consumo (INGOLD, 2008: 2)

Ingold está falando aqui, como podemos perceber, da adequação da pesquisa à metodologia. O excerto é de um texto de 2008, mas num outro texto, publicado em 2015, ele é mais específico em relação a essa questão:

Ao ser empregada, a noção de metodologia transforma meios em fins, divorciando o conhecimento-enquanto-conteúdo dos modos através dos quais se conhece, e assim impondo um fechamento que é a própria antítese da abertura para o presente que a pedagogia pobre oferece. Se uma metodologia rica nos oferece conhecimento pronto, a pedagogia pobre abre nossas mentes para a sabedoria da experiência. Uma pertence à instituição da escola, e a outra, ao tempo da *scholè*; uma ao dédalo, a outra, ao labirinto (INGOLD, 2015: 34).

Como todas as teses doutorais, esta também vaga entre o dédalo e o labirinto, mas ressaltamos nossa sempre presente disposição de, como disse Masschelein (2010), estar “presente no presente”. Comentando esse termo, Ingold observa que

O preço dessa presença é a vulnerabilidade, mas a recompensa é uma compreensão, fundada na experiência imediata, daquilo que está além do conhecimento. É um entendimento a caminho da verdade. É como diz Greig do poeta: conhecendo pouco sobre o mundo, ele vê as coisas elas mesmas (INGOLD, 2015: 34).

Aliás, a própria ação de estar no mundo iminentemente, ou seja, na vida cotidiana na qual é possível a imersão no mundo comum dos outros indivíduos, equivale a, repentinamente, se lançar num labirinto. Como mais uma vez diz Ingold, a atenção de uma pessoa quando anda, quando está no mundo e tem uma postura imanente, equivale a acompanhar “*um mundo que não está pronto, que é sempre incipiente, que se encontra no limiar da emergência contínua*” (INGOLD, 2015: 29).

Essa “emergência contínua” lembra o que, para mim, foi a experiência etnográfica de conviver com a feira durante os três anos em que a realizei. Na etnografia sempre estamos à mercê do que acontece:

À medida que o caminho acena, o andarilho se submete, e fica à mercê daquilo que acontece. Caminhar, diz Masschelein (2010^a: 46), é ser comandado por aquilo que ainda não está dado, mas está a caminho de sê-lo (INGOLD, 2015: 29).

Espero ter estado presente no presente.

Embora isso, evidentemente, nem sempre tenha sido fácil... Mesmo porque a feira é, por sua própria natureza, um lugar difícil. Apesar da abundância de produtos e da sua exuberância sensorial, a feira também é um lugar de miséria: de gente com fome, de gente sem emprego, animais abandonados, de sujeira acumulada e de odores, também, desagradáveis. Não estávamos ali para fazer uma etnografia daquilo que foi, como observou Laplantine

Classificado(s), filtrado(s), purificado(s) para que subsista apenas do limpo, do correto e do explícito. [Pois] Somente são dignas de interesse as notas perfeitamente identificadas (em detrimento dos "ruídos"), as faces fotogênicas, as cores brilhantes, como o vermelho flamboyant ou o azul marinho, em detrimento da continuidade de cores mais "indecisas" que oscilam entre o vermelho e azul, como o lilás [lilases nas suas variações]. (LAPLANTINE, 2017: 75)¹¹⁶

Desta maneira insistimos em evidenciar aquilo que incomoda, que toca, que nos incomoda e toca, mas que está diante de nós.

Falar da etnografia desenvolvida ao longo de minha pesquisa de campo, é, sobretudo falar de minha percepção sobre o outro, inclusive sobre as dificuldades de percepção do outro. E não nos iludamos acreditando que esta etnografia trata, exclusivamente, do outro. Talvez a antropologia seja à vontade, o ensejo, o desejo virtual, o desejo em potência, de evidenciar o outro. Mas, de fato, não sabemos até que ponto isto pode, ou passa a ser, possível.

¹¹⁶ Como no original: “triées, filtrées, épurées pour que ne subsiste que du propre, du correct et de l’explicite. Seuls sont dignes d’intérêt les notes parfaitement identiées (au détriment des ‘bruits’), les visages photogéniques, les couleurs franches comme le rouge flamboyant ou le bleu marine, au détriment de la continuité de couleurs plus « indéscises » oscillant entre le rouge et le bleu, comme le mauve et le grenat. » (LAPLANTINE, 2017 : 75)

Por outro lado, acreditamos que o fazer etnográfico que o pesquisador desenvolve ao longo de sua pesquisa procura, ou deve procurar, encontrar uma consciência do seu estar no mundo pautado pelo estar no mundo do outro. Assim, compreendemos que toda etnografia trata, sobretudo, daquele que a faz, daquele que a desenvolve, que a constrói, de seus valores, de sua compreensão de mundo, de suas verdades. E é em uma tentativa de alteridade que nós voltamos para o outro, para as formas do outro se colocar no mundo. Assim, entendemos juntamente com Peirano (1995)¹¹⁷ e Magnani (2009), que a etnografia é uma interpretação, mais uma interpretação do outro, dentre tantas outras possíveis, como a arte também o é (CASTRO, 2011, 2017), por exemplo.

...a etnografia é uma forma especial de operar em que o pesquisador entra em contato com o universo dos pesquisados e compartilha seu horizonte, não para permanecer lá ou mesmo para atestar a lógica de sua visão de mundo, mas para, seguindo-os até onde seja possível, numa verdadeira relação de troca, comparar suas próprias teorias com as deles e assim tentar sair com um modelo novo de entendimento ou, ao menos, com uma pista nova, não prevista anteriormente (MAGNANI 2009: 135).

Não quero, e não posso ignorar minha experiência, ou melhor, minha vivência; aquela responsável por minhas escolhas, de vida e na academia. Desta forma, minha percepção do meu campo, dos elementos que o compõem, dos fatos e das coisas a serem observadas, percebidas, compreendidas e interpretadas, será afetada por mim. Mas, até que ponto fui afetada pelo meu campo? Muitas vezes, quase sempre. Quando mergulhava involuntariamente no inautêntico (CASTRO e CASTRO, 2017) da cotidianidade da feira, quando comprava, quando negociava, quando conversava. Inúmeras foram as vezes em que sofri o estranhamento, outras me sentia vazia, outras ainda espantada - mas sempre envolvida, tomada por aquele ambiente, pelos fatos e pelas informações que ali ocorriam aparentemente banal e ordinariamente - diante de uma nova informação, fosse visual, fosse auditiva, fosse de qualquer ordem cognitiva, sensitiva ou outra.

Desta maneira, o que se passa no campo quando somos afetados

...é literalmente inimaginável, sobretudo para um etnógrafo, habituado a trabalhar com representações: quando se está em tal lugar, é-se bombardeado por intensidades específicas (chamemo-las de afetos),

¹¹⁷ PEIRANO, Marisa (1995). A Favor da Etnografia. Rio de Janeiro, Ed. Relume-Dumará.

que geralmente não são significáveis. ” (FAVRET-SAADA, 2005: 159).

Ser afetada é uma situação a qual demoramos certo tempo para nos darmos conta ou, por assim dizer, respondermos, compreendermos, ou melhor, nos percebermos.

Importante observar que partilhamos do entendimento de Favret-Saada de que “*ser afetado não tem a ver com uma operação de conhecimento por empatia...*” (2005: 158), seja essa empatia tomada como um partilhar dos mesmos ideais e sentimentos e das mesmas percepções de mundo, seja empatia enquanto uma comunhão de afetos. Mas ser afeto significa a capacidade, que se estabeleceu na interação no campo – e tudo que ele traz com ele – de “*mobiliza(r) ou modifica(r) meu próprio estoque de imagens, sem, contudo, instruir-me sobre aquele dos meus parceiros.*” (FAVRET-SAADA, 2005: 159). Ser afetada é cair no mundo da vida, é ser inautêntico (CASTRO 2015; 2017) é ser completamente envolvida pelas circunstâncias do campo, é quando “*não podemos narrar a experiência; no momento que narramos não podemos compreendê-la*” (FAVRET-SAADA, 2005: 160), precisamos de tempo para podermos assimilá-la e, quiçá, interpretá-la, pois nela e dentro dela estávamos perdidos. E nesse lá estar, submersos, criamos dispositivos que engendram a reciprocidade!

O que não implica em identificar-se com o nativo, mas implica sim, em trocarmos impressões e expressões, e isso é ser recíproco.

A partir desse entendimento, procuramos evidenciar nessa etnografia, nossos estranhamentos ou afetamentos ocorridos em campo, mas que a estes transcenderam - por necessidades acadêmicas de pinçar essas experiências, essas coisas, materiais e imateriais, que lá se concretizaram. Apesar da feira fazer parte da cultura do homem, ou seja, desses espaços se fazerem presentes em qualquer cultura em qualquer tempo, além de estarem à disposição e abertos de maneira quase banal a sua frequência e a sua vivência, estar na feira como pesquisador é diferente de vivenciá-la enquanto frequentador/freguês, seja um frequentador à distância, aquele que passa ao largo, nas suas idas e vindas da UFPA; seja um freguês da própria feira; pois, cada lugar que ocupamos nas relações que estabelecemos, tomamos a realidade de um ângulo, sentimo-la a partir de uma perspectiva, abordamo-la a partir de um ponto de vista. É da empreita de um pesquisador transformar a banalidade colocando o corriqueiro em evidência; assim como o intérprete faz com uma música; assim como um pintor o faz com uma paisagem,

como um poeta o faz, ainda, com seu texto. Me pergunto se, de fato, fazemos diferente o que convencionamos chamar de ciência!

O nosso estranhamento e desconforto esteve mais presente, evidentemente, no início da pesquisa. Esse estranhamento e desconforto tomou formas mais contundentes a partir de nosso envolvimento com o meio ambiente da feira, com as pessoas, com o olhar atento, com o ver de dentro, com o confronto entre uma estética e outra, com uma forma de ver e apreciar o mundo com um outro mundo, com outros valores, com outras perspectivas, com outras necessidades, com outras experiências e vivências.

Esse encontro, de dentro e para dentro, da feira e do pesquisador, não se deu sem sofrimento; mais íamos à feira, maiores eram nossa vontade de sair dela; com mais assiduidade íamos à feira, mais distanciamento impunha-se e mais espaçadas ficavam nossas idas. Mas, para que a pesquisa se fizesse e pudéssemos superar nossos próprios pré-conceitos foi necessário vestirmos uma máscara; não uma máscara falsa ou uma falsa máscara, mas uma máscara que permitisse a gentileza em um ambiente inóspito para nós, receptivo para o pesquisado; portanto uma máscara justa, sem interesses escusos e sem sentimentos que a contradissesse. Precisávamos de uma máscara para não agredir o outro em suas vivências a partir de uma perspectiva parcial de mundo que era a do pesquisador.

Convém observar que vestir uma máscara é, também, um sofrimento para quem a faz. E assim foi para nós. Vestir uma máscara não significa enganar, mentir, esconder ou trair; mas mostrar apenas o lado mais acessível, mais gentil, mais envolvente para que a empreitada da pesquisa se faça mais acessível e menos dolorosa, seja para o pesquisador seja para o pesquisado; visto que o estranhamento causa desconforto e, muitas vezes, dores na alma.

A utilização da máscara exigiu um esforço para superar nossas diferenças, ao dia-a-dia deles, ao vocabulário, aos valores corriqueiros, ao ter o que dizer diante de nossa insistência em ali estar; em superar o desconforto de mau odores, de sonoridades intensas e perturbadoras, de visões de cenas violentas, de transgressões, enfim, do que encontraríamos certamente em qualquer lugar, mas que na feira, naquele espaço, ganha novos invólucros ou novas formas.

Importante observar que esse estranhamento não adviria de uma cultura diferente, pois tanto pesquisador como pesquisado fazem parte de uma mesma cultura, ocidental, colonial, periférica e de fronteira; moramos e vivenciamos a mesma cidade e,

também, o mesmo bairro. Esse estranhamento adviria de esquemas mentais, conceituais, valores estéticos e gosto diferentes, pautados por vivências diferenciadas ao longo de nossas construções objetivas e subjetivas. Desta maneira, diante de nosso estranhamento, advindo de deslocamento produzido por uma predisposição “*de um estado anterior de atenção viva e contínua*” (MAGNANI, 2009: 136) podemos evidenciar que, mesmo que pesquisadores, possuímos o resultado de uma vivência diferente daquela do objeto estudado.

Em um sexta-feira intensa de feira, já cansada das andanças e compras feitas e, ao mesmo tempo, sentido certo incômodo em, talvez, incomodar um feirante, pois eu não tinha, como ainda não tenho, um espaço adequado para observar – preciso negociar pequenos espaços de inserção e de observação o tempo todo –, sentei-me em um dos poucos bancos vazios de um box de alimentação que não tinha sido aberto naquele sexta-feira.

Saio novamente em busca sabe-se lá exatamente do que, uma visão, uma paisagem, uma imagem, uma voz, algo que a feira, aquela forma social possa me oferecer para eu encontrar o que busco. No meio daquela aparente balburdia escuto “*Bora chupá que tá gostoso! É gostoso, é gostoso*”. Ao meu lado um senhor passa com um isopor com aparência de encardido, um branco sujo, roto... e noto que o chope se faz presente também na feira, através do vendedor ambulante. Muitos ali passam diariamente. Aos poucos me informo sobre suas frequências. Uma vontade imensa de tomar um chope, mas não consigo me abstrair da cor que envolve o isopor¹¹⁸. Felizmente ele não para ali, e logo direciono minha vontade para outra coisa qualquer, aquela que venho buscar aqui. Ali eu sou o outro (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2003), sou o outro de tantos outros que conformam aquela feira; meu estranhamento se dá, naquele momento, na forma da aversão que sinto pelo isopor encardido que aquele senhor segura com tanta proximidade e propriedade, pelo isopor que carrega tantos chopes¹¹⁹ vendidos na feira! Esse

¹¹⁸ Importante esclarecer que não se trata de fazer, aqui, referência de valor sobre o isopor. É evidente que aquilo que não me apetece ou agrada, não importa por qual motivo, pode muito bem apeter e satisfazer outro. Jamais pretenderia que minha opinião, ou gosto, seja mais qualificada/qualificado que a/o de outra pessoa. No entanto, acho justo registrar minhas impressões sobre a feira, porque, num plano, elas são constitutivas de minha experiência etnográfica e de meu estranhamento antropológico; e porque, em outro plano, elas estão no mundo; elas registram o mundo no qual estou e considero um vetor ético fundamental, numa tese que se produz no registro de uma etnografia sensível, que assim o faça. Conferir valor não me cabe; e da mesma forma, tampouco acredito, caberia ao leitor.

¹¹⁹ Suco de fruta vendido em sacos plásticos medindo, geralmente, 4x15cm. Também é conhecido como sacolé em outras regiões do Brasil.

estranhamento também acontece quando me dou conta de que não olho para o chão; não, não o vejo; procuro abstraí-lo. Abstraio-me também do mendigo com aparência de sujo que circula diariamente pela feira, e que procuro evitar sempre quando o vejo em um corredor mudando meu caminho; estranhamento quando evito, ainda, o rapaz com aparências de excepcional, ainda que aparente ser cuidado, que circula para feira a pedir dinheiro e que, muitas vezes é enxotado pelos feirantes. Desta maneira percebi-me na fronteira, entre o estranho e o familiar, e assim fui me construindo em campo.

Ainda que eu tenha vivido muitas cenas que em mim provocaram estranhamento, ou espantos, e que, algumas vezes, me paralisam; ainda que muitas vezes tenha eu ansiado por um local, um pequeno local, tranquilo onde eu pudesse apenas olhar e ficar sem barulho¹²⁰ para que eu possa me recompor. Em vão! Isso a feira não me permitia. Ou faço meu campo ali, naquele momento e diariamente, ou desistiria do trabalho, coisa que não passou pela minha cabeça. No entanto, a partir do momento que evidencio meu estranhamento a mim mesmo, minha postura muda, e a empatia se sobressaia e prevalece a qualquer estranhamento. A auto superação é diária e contínua. Neste momento tomo consciência do que Cardoso de Oliveira (2003) observa ao colocar que “*o tempo do objeto cognoscível – que passa, se transfigura, muitas vezes desaparece – enquanto o sujeito cognoscente [eu] permanece estático [diante do meu espantamento chego até a ficar sem ar por milésimos de segundo], mudo intocável por uma realidade que se movimenta [está viva, vive] ao seu redor*” (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2003: 20), e é nesse movimento dialético contínuo entre o eu e o mundo, entre eu e o outro, ou entre o outro [eu] e eles, que, naquele momento que me cerca, em que estou na feira, é que construo, em processo, o pesquisador hermeneuta; ou seja, aquele que constrói sua interpretação na relação que estabelece com o mundo.

¹²⁰ Quando utilizo a palavra barulho, o faço para evocar uma multiplicidade de sons, que, para mim, naquele contexto, tornam-se incompreensíveis e perturbam meus sentidos. Em hipótese alguma se trata de uma referência negativa ao local, pois como se pode observar ao longo do trabalho, existem feirantes e frequentadores da feira que gostam daquele barulho, assim como, do mesmo modo existem feirantes que não gostam daquele barulho. Não estou aqui fazendo juízo de valor, apenas assinalando, com o máximo de honestidade possível, as perspectivas e as experiências que construíram meu campo. Penso mesmo que essa atitude se torna fundamental num trabalho que parte de um referencial centrado numa antropologia da sensibilidade.

Capítulo 4

Os sentidos, a cultura material e a conformação do gosto na feira do Guamá

4.1 A concretude do gosto e a carne do mundo

Desenvolvemos nos capítulos anteriores a compreensão de que os sentidos e sensações se tornam um fenômeno social quando, através das ações humanas em interação, se produzem como fenômenos intersubjetivos, sociais, ganham concretude¹²¹ ou materialidade; ou seja, quando ele é percebido, intuído através dos sentidos humanos, quando ele se torna um elemento no processo interativo, quiçá, o resultado da própria interação. Neste capítulo, buscaremos passar da sensorialidade geral do ambiente para a forma social (SIMMEL, 2006) que essa materialidade toma quando se torna sentido social, prática social ou experiência comum, intersubjetiva (SCHUTZ, 2012), associada à vida cotidiana. Podemos compreender essa materialidade enquanto o gosto. Como já dissemos, não o gosto de um sujeito, não o gostar de algo, mas o sentir em comum que caracteriza a vivência cotidiana. Trata-se do que, anteriormente, identificamos como sendo o fenômeno de vivência num mundo repleto de sentidos e que, na fenomenologia de Merleau-Ponty (1945), conforma a “carne do mundo”.

O gosto só pode ser percebido através das escolhas dos agentes que, de maneira consciente ou não, concretizam suas escolhas. No entanto, tornar concreto não se limita apenas a uma cultura material: tornar concreto também encarna uma cultura imaterial, de gestos e de falas, de comportamento, de expressões, de performances, de sutilezas, de valores “*na medida em que revelam um processo de reflexividade hermenêutica sobre as maneiras como os homens interpretam, sentem, experimentam e vivem suas culturas, sobretudo quando a cultura em questão é a do próprio antropólogo*” (ROCHA, 2006: 107). Assim, estaremos falando aqui de tudo o que ganha concretude no dia a dia, na quotidianidade.

¹²¹ Concretude aqui não tem relação com a materialidade da coisa ou objeto, mas sim quando ele existe. Por exemplo, o amor é algo concreto, é quando a coisa ganha vida e está na interação. Esta coisa pode ter materialidade ou fisicalidade, mas pode ser algo imaterial, não físico, pode ser um desejo, um sentimento, um sentir, uma impressão.

E se nos propomos a abordar a quotidianidade, esta pragmática que banaliza nossas ações no dia-a-dia, visto que “*nas condições ordinárias da vida, uma corrente sensorial ininterrupta confere consistência e orientação às atividades do homem*” (LE BRETON, 2015b: 121) que, de tal modo, corrobora para o processo de normatização dos fenômenos sociais, inserindo-os corriqueiramente no cotidiano, é porque consideramos que, no fluxo das percepções humanas, aquilo que neutralizamos – que abstraímos das nossas percepções - torna a vida acessível ao “*sujeito [que] certamente está longe de ser uma consciência exaustiva dos **stimuli** que o atravessam. Se o tivesse, sua vida seria impossível*” (LE BRETON, 2015b: 121).

Exemplo disto é a estranheza de seu Max, peixeiro, quando pergunto sobre seus instrumentos de trabalho, e ele devolve-me um olhar de estranhamento; em uma fração de segundos, motivado pela minha pergunta, e pelo meu olhar de quem espera uma resposta, seu Max olha em seu entorno, como se estivesse a procurar algo e, ao olhar sua faca de tratar o peixe, como se quisesse entender o sentido e a importância daquele objeto, ordinário, a ponto de fazer-me por ela interessar, pega-a e me mostra. Seu Max acompanha também o meu olhar e, acredito, observando meu interesse e meu silêncio, que aguarda sua resposta, começa a enumerar os seus pertences.

Esse mesmo estranhamento também ocorreu quando, ao aproximar-me de Mariozinho para entrevista-lo, fui comprar um CD de música. Quando lhe pedi que me indicasse um CD, Mariozinho me olhou intrigado e, jogando levemente o corpo para trás, inclinando-o na diagonal e distanciando-se levemente de mim, como se para me observar melhor, mas, ao mesmo tempo virando e voltando a cabeça e o rosto em minha direção com os olhos meio fechados, como se tivesse me olhando de soslaio e de cima para baixo – ele entendia do assunto; eu, não! -, franziu levemente a sobrancelha e, observando minha ignorância no que diz respeito às músicas e grupos de músicos que ele vendia, colocou, quase em tom de questionamento, “*Você não é daqui, né?!*”. Digo que sou, mas que não conheço, e, para disfarçar minha ignorância no assunto, digo que morei um tempo fora. Assim, Mariozinho começou a explicar-me o que mais toca, o que mais vende, apresentando alguns CDs e colocando-os para tocar. Deste modo me fala do “arrocha, o som do momento”.

Não se trata aqui de fazer uma análise da cultura material, mas sim de observar suas relações na feira, e de que maneira elas corroboram para a gênese do sentir, pois partilhamos da percepção de Howes e Marcoux de que

Si les études contemporaines sur la culture matérielle se caractérisent par une orientation sensorielle de plus en plus marquée, on observe que les études les plus récentes sur la culture sensorielle accordent quant à elles une plus grande attention à la matérialité." (HOWES E MARCOUX, 2006: 9).

Desta maneira nos colocamos no ‘entre’, ou na ‘fissura’, ou ainda no ‘ma’¹²², para nos aproximarmos desse sentir na feira. Pois partilhamos da compreensão de Classen de que os sentidos e os significados que eles corroboram a construir no mundo

forment le modèle sensoriel selon lequel les membres d’une même société « donnent un sens » au monde, ou traduisent les perceptions et concepts sensoriels en une « vision du monde » particulière. Le modèle adopté soulève vraisemblablement des contestations au sein d’une société. Des personnes ou des groupes ne s’entendent pas toujours sur certaines valeurs sensorielles. Malgré tout, ce modèle sert de paradigme fondamental à la perception. C’est un modèle que les gens adoptent ou auquel ils résistent. (CLASSEN 1997: 402).

Deixamos claro que nossa compreensão dos sentidos, as percepções e de seus valores em sociedade, seria o resultado de uma vivência e experiência cultural, no lugar e na temporalidade examinada (CLASSEN, 1997; HOWES, MARCOUX, 2006; CORBIN, 1990; 1991). Assim entendemos que

A organização do regime sensorial constitui um dos principais elementos do desenho do imaginário social. O que não significa que este seja tudo simplicidade. Muito pelo contrário [...] Resulta de uma tensão permanente entre a convicção de que os sentidos então batizados de 'social'¹²³ (CORBIN, 1990: 18)

Imaginário social? Cultura? Cultura Material? Intersubjetividade? Gosto Comum? Disponemos de uma larga escolha de nomenclaturas para falar daquilo que acontece quando os grupos sociais produzem sentido no trajeto que vai da sensorialidade em direção ao contato com a “carne do mundo” (Merleau-Ponty, 1945). Buscando

¹²² “Ma é uma estética particularmente japonesa, onde os aspectos do espaço e do tempo “negativos” não são considerados vazios, mas são considerados expansivos e cheios de energia” (HAHN 2007: 53 In HOWES, 2013: 19)

¹²³ Como no original : « L’organisation du régime sensoriel constitue l’un des éléments majeurs du dessin de l’imaginaire social. Ce qui ne veut pas dire que celui-ci soit tout de simplicité. Bien au contraire [...] Il résulte d’une permanente tension entre la conviction que les sens alors baptisés de ‘sociaux’ » (CORBIN, 1990 : 18)

compreender as formas sociais produzidas pela experiência comum, gostaria de pensar um pouco em como essa experiência produz uma cultura material e, em complemento, sobre o papel do gosto comum na conformação dessa cultura material. Que elementos, que objetos ou coisas estão presentes nesta feira? Que elementos conformam a cultura material da feira do Guamá e, por sua vez, conformam a feira enquanto tal?

Compreendemos, a partir do pensamento de Simmel (1981; 1983; 1999), que a cultura material é um dos conteúdos que contribuem para a conformação da forma social, ou seja, da interação ou de como ela se dá a perceber.

Pretendemos olhar essa cultura material de perto e de dentro (MAFFESOLI 1990; GEERTZ, 1989) escavando seus sentidos. Nesse escavar, nosso objetivo não é encontrar uma essência, um centro, já que partilhamos da ideia de que a essência é uma abstração, ou, mesmo, uma ilusão; mas sim perceber os múltiplos sentidos que conformam uma forma-feira. Observamos que o fundamental no processo de escavação dos sentidos é tentar conhecer, e no máximo tentar compreender, as camadas de sentidos que conformam uma maneira de estar no mundo e de vivenciá-lo e experienciá-lo através dos objetos que conformam a forma social. Compreendemos o objeto como uma produção cultura de sentidos que evidencia a capacidade de adaptação do homem em transformar sua relação com a natureza ou com o meio onde vive, transformando e construindo a paisagem com a qual interage (NAZAREA, 2006.), e o meio onde vive (GODELIER: 2010-B). Mas também compreendemos que através da cultura material da feira os feirantes se constroem enquanto feirantes, o freguês se constrói enquanto freguês. (JULIEN E ROSSELIN, 2005). Assim, a cultura material que é evidenciada ou concretizada no objeto, não se limita a si próprio e não se reduz a sua materialidade; ao contrário, de forma ampla, ela se conforma, também, como processo, transformando as relações sociais onde reverbera e, assim, desempenhando também uma função simbólica (GONÇALVES, 2007: 8). Como assinala Gadamer, a esse respeito, “*nenhuma palavra [nenhuma coisa] tem sentido sem o seu contexto. Mesmo palavras que se encontram por si... só conquistam o seu sentido em seu contexto*” (GADAMER, 2010: 485). Ou seja, não é possível compreendermos as coisas de maneira isolada, assim como também não é possível compreendermos o mundo, o estar no mundo, seja o nosso, seja o do outro, sem compreender as coisas inseridas nesse mundo e que o comunicam, o tornam o que são.

Godelier nos chama atenção para a realidade material na qual estamos inseridos:

Como e até que ponto as realidades materiais, aquelas da natureza exterior ao homem e aquelas que ele mesmo criou ou transformou, agem sobre a organização da vida social e, mais profundamente, sobre os processos de produção das novas formas de sociedade (GODELIER, 2010b: 12)

Ele evidencia vários tipos de materialidade segundo a sua existência e segundo a sua implicação na vida social. Acompanhando seu pensamento, percebemos como, em interação com o clima, a natureza do solo, os acidentes geográficos, ou seja, aquelas materialidades que quase ou nada se pôde ou pode transformar, o homem, ao adaptar-se a elas, cria condições materiais dessa adaptação na produção da cultura material que tem como alcance; desta forma, a relação na qual o homem estabelece com esta natureza acaba por gerar uma cultura material adaptativa ao seu bem-estar. Deste modo, no processo de adaptação, que é permanente, podemos evidenciar a existência de uma natureza já transformada pela adaptação do homem ao meio, como o desgaste do solo, a modificação da vegetação, a agricultura, a pecuária, dentre outros.

Essa ideia é similar à noção de paisagem em Balée (2008), a qual a descreve como o resultado da interação entre pessoas e lugares. Podemos ainda apontar toda uma cultura material que foi retirada da natureza, a partir da maneira como o homem olhou e olha a natureza, transformando-a sem mesmo tocá-la (BALÉE, 2008; GODELIER, 2010). Desta maneira, o homem faz da natureza cultura ao percebê-la, pois a percepção, como tratamos no capítulo anterior, já é interpretação, assim sendo podemos ressaltar que é o olhar que faz a cultura. Esse olhar que evidenciam perspectivas de mundo, valores, interesses e uma maneira de interagir, de experienciar, de vivenciar e de estar com o outro (GODELIER, 2010: 13).

Essa natureza exterior ao homem não é exterior à cultura, à sociedade e à história. Ela é parte da natureza transformada pela ação e, portanto, pelo pensamento do homem. Ela é uma realidade material e, ao mesmo tempo, *idéelle*, ou pelo menos ela deve sua existência à ação consciente do homem sobre a natureza, ação que não pode existir nem se reproduzir sem a interferência, desde o início, não somente da consciência e do inconsciente, individual e coletivo, histórico e não histórico. Esta parte da natureza é natureza apropriada, humanizada, torna-se uma sociedade: a história inscrita na natureza.¹²⁴ (GODELIER, 2010: 13-14).

¹²⁴ Como no original: «*Cette nature extérieure à l'homme n'est pas extérieur à la culture, à la société, à l'histoire. Elle est part de la nature transformé par l'action et donc par la pensée de l'homme. Elle est*

Assim, o espaço no qual a cultura material nasce e se reverbera é um espaço contaminado pelo homem e pelas relações de interação que o fazem homem; é um espaço no qual natureza e cultura estão imbricadas e são inseparáveis. É nesse contexto que se compreende, por exemplo, que, sem disponibilidade de refrigeração mecânica, o prédio que abriga uma feira, na Amazônia, precise ter um pé direito alto, para uma boa circulação do ar e que as barracas sejam feitas em aramado vazado, que facilita essa mesma circulação. A isso podemos acrescentar o vestuário utilizado, os ventiladores presentes na maioria dos boxes, a utilização de suportes dos produtos para que não sejam mais abafados do que o próprio ambiente, já saturado de umidade e quentura. Esses fatores influenciam diretamente a cultura material utilizada na feira. Da mesma forma, o uso dos sacos em rede vazados para guardar e vender os alimentos, evitam que eles sejam abafados, retardando sua perda. Nessa interação compreende-se o que Godelier chama de ecossistema: “... *um ecossistema é uma totalidade que se reproduz somente no interior de certos limites e que impõe ao homem várias séries de restrições materiais específicas*”¹²⁵ (GODELIER, 2010: 44).

Na interação entre o ambiente e as pessoas, a feira se conforma como um lugar.

Se, de acordo com o pensamento de Gonçalves (2007: 10) os objetos influenciam secretamente nas nossas vidas, queremos compreender como esses objetos influenciam na vida dos frequentadores da feira; ou ainda, como esses objetos materiais se conformam na forma-feira? Ou, ainda, qual o peso da cultura material na produção das interações? Qual o peso da cultura material na intersubjetividade?

Importante observar que não entendemos que o objeto possa ser reduzido a um sistema classificatório, pois, quem assim o faz é o pesquisador, na sua necessidade de simplificar – de colocar em palavras (ACKERMAN, 1991) e de tornar compreensível e assimilável para si e para a academia a complexidade do outro, do pesquisado. Bem entendido deve ficar que, a partir de nossa perspectiva, quem cria categorias é o

réalité matérielle et en même temps idéale, ou du moins elle doit son existence à l'action consciente de l'homme sur la nature, action qui ne peut exister ni se reproduire sans qu'interviennent dès le départ non seulement la conscience et l'incoscience, individuelle et collective, historique et non historique. Cette part de la nature est nature appropriée, humanisée, devenue société : l'histoire inscrite dans la nature» (GODELIER, 2010 : 13-14)

¹²⁵ Como no original: “... *un écosystème est une totalité qui ne se reproduit qu'à l'intérieur de certaines limites et qui impose à l'homme diverses séries de contraintes matérielles spécifiques.*» (GODELIER, 2010: 44).

pesquisador, e não os pesquisados. O pesquisador o faz baseado em epistemologias que validam, para a academia, premissas teóricas que, nem sempre, correspondem à experiência social dos indivíduos observados ou aos fenômenos empiricamente observados. Visto que

Na verdade, sempre nos encaminhamos para o texto a partir de uma expectativa de sentido construída fundamentalmente com base em nossos pressupostos. Ao mesmo tempo, essa expectativa de sentido torna possível um esboço de totalidade em conformidade com o qual nós desde o princípio nos movimentamos (CASANOVA, 2010: XII).

Portanto, aqui, no lugar de pretendemos usar uma epistemologia para alcançar o fenômeno do gosto presente na cultura material e nas interações estabelecidas com essa cultura, ou, ainda, de compreender, observar, estar sensível à cultura material da feira e sua relação com seu frequentador, usamos a fenomenologia para observar o mundo vivido, pois acreditamos que ela nos possibilite escavar os sentidos que constroem no objeto e a partir dele, ou a cultura material da feira do Guamá, possibilitando, através da hermenêutica, perceber as potencialidades do gosto como provedor e promovedor de interações, como conformador de reciprocidades, ou ainda, como coloquei anteriormente, como conteúdo da forma-feira.

4.2 Objetos e coisas na feira

Voltemos a Miller (2013) que chama nossa atenção para o objeto, quando este se torna imperceptível à nossa atenção, quando não o tomamos em importância ou o banalizamos a tal ponto de não o enxergarmos, e que, por esta razão, atua em nós sem nos darmos conta desse processo: *“funcionam porque são invisíveis e não mencionamos, condição que, em geral, alcançam por serem familiares e tidos como dados* (MILLER, 2013: 79).

Miller nos faz observar que o objeto com o qual temos o hábito de interagir, que vivenciamos quotidianamente, sai de nosso foco e se torna quase imperceptível. Imperceptível porque o naturalizamos. Isso assinala a relação íntima, banal e quotidiana do homem com o seu entorno a ponto de naturalizá-lo, de banalizá-lo, e com isso a cultura material experienciada torna-se natural, e quando isso acontece observamos que, no quotidiano, acaba-se por naturaliza-se a cultura.

Assim como Miller (2013, 2009a, 2009b) procuramos compreender como as pessoas se constroem através do significado que elas conferem às coisas; assim também observamos o caso dos Wayana (VAN VELTEN, 2010b); ou seja, como as pessoas se constroem através das coisas que usam e vivenciam, pois, se o objeto é ou torna-se um agente ativo e agencia o homem, isto só ocorre na interação e, porque o homem lhe confere aí (na interação), sentido, lhe conferindo valor ou qualquer outra coisa; e não por que ele, o objeto, o tem independente das interações nas quais ele participa. O objeto só tem sentido na interação e em interação, em contextos sociais e culturais. Ou seja, só tem sentido na intersubjetividade, ou na cultura, ou ainda na sociedade¹²⁶, ou como queiramos classificar, mas ele só engendra sentido na relação, fora dela nem mesmo sua existência é viável ou possível.

Métodos e sentimentos, maneiras de viver e sensações, fazem parte de uma mesma intersubjetividade, ou de uma mesma cultura, porque são indissociáveis. Assim, na cultura material, ou seja, nos objetos, nos trejeitos e expressões, nas performances, nas decorações dos ambientes, no universo concreto da feira e naquilo que a constitui como tal, partilhados de vivências comuns, portanto, podemos evocar a existência de uma forma social que prefigura um estar-no-mundo imanente que alude, ou evoca, uma intersubjetividade.

A vida, na feira, é marcada pela vontade de comer, pela venda, pela troca, pela reciprocidade, por uma interação específica daquela forma social. Fátima todos os dias toma café na feira, o café com leite de dona Fabrícia, a Tia Fofa; mas ela não toma só o café com leite; Fátima adora tomar o café com leite de colher com o copo repleto de farinha de tapioca; ela toma devagar, solvendo o conteúdo da colher. Em uma de nossas entrevistas Fátima recebeu um saco de farinha de tapioca de presente; isto foi o suficiente para que pudéssemos perceber a relação entre o desejo do espírito em solver pelo paladar aquela mistura, farinha de tapioca com café com leite. Compreendi esse prazer que eu já tinha percebido desde a minha infância, minha mãe, minha avó e minha bisavó tinham o mesmo hábito; e eu mesmo já tomei essa mistura por muitas vezes. É um prazer que o corpo sente a partir da visão e se realiza no paladar.

¹²⁶ Se pensamos sociedade segundo Godelier o homem não se satisfaz em estar em sociedade ele produz a sociedade para nela viver (2010: 9). Assim, fazemos um paralelo entre o conceito de sociedade e de cultura, no sentido em que ambos, sociedade e cultura, são gerados pelo e a partir do homem.

Essa vontade de comer, de trocar também está presente em Gleyci, estudante de fisioterapia que, para ajudar nas suas pequenas despesas universitárias vende pequenos lanches na feira, como pudins, doces, salgadinhos, pavês, e tudo que ela possa carregar, bem equipado e arrumado em uma caixa plástica. Tudo que ela vende vem bem arrumado em cada copinho com tampa e, quando necessário uma colherzinha presa delicadamente na tampa da mercadoria. Observe a acuidade na qual Gleyci cuida daquilo que vende.

Figura 50: tipo de lanche vendido por Gleyci. Neste Pavê de maracujá com flocos de chocolate, cobertura de chantilly e flocos de cereal.



Fonte: Foto tirada pela pesquisadora em 07 de abril de 2017.

A acuidade está na aparência daquele alimento, na composição do copo – no tratamento dos elementos que compõe o pavê em camadas; na maneira como Gleyci o vende, bem embalado, protegido de poeira e evocando a limpeza; no cuidado com o qual ela dispõe a colher em cima do copo; no tratamento sorridente que ela dispõe ao estabelecer relação para a venda.

Concordamos com Gonçalves (2007: 140) quando ele diz que há gêneros discursivos inerentes aos espaços sociais onde os mesmos reverberam. Assim, também pretendemos evidenciar os gêneros discursivos da feira do Guamá, os quais ocorreriam, a seguir esse raciocínio, através das interações quotidianas nelas presentes. Para isso, convém observar que esses gêneros não estão limitados às formas de falar e às expressões verbais utilizadas: eles estão presentes, também, nas expressões faciais e corporais, nas performances, nos adornos e instrumentos de trabalho, na constituição do ambiente.

Enfim, enunciados que constroem a feira enquanto tal. Por meio deles é que podemos perceber e tomar a feira enquanto o que ela é, na sua quotidianidade. Através desses gêneros e por meio deles é que nos dirigimos à feira quando queremos “fazê-la”: comprar alimentos ou outros produtos ali comercializados, ou, ainda, quando queremos encontrar amigos, fazer um negócio, interagir, trocar, experienciar a vida naquela forma social.

A esse respeito, observemos a fala de dona Iracy, que vai à feira quase todos os dias, e que afirma que não vai “só para comprar”. Quando a encontro e ouvindo-a, percebo que ela também vai à feira para encontrar os amigos, para *estar*, para passear e ver as pessoas, os amigos, a vida na feira. Nessa quotidianidade, por meio dos gêneros discursivos que fazem a vida na feira e permitem a sua interação com o corpo social do lugar, dona Iracy me explica que vir à feira se torna quase um vício: “*Gosto de vir né, as vezes tem muitos amigos que são bacana, a comunicação é boa, né? Aí eu gosto de vir pra feira?*”¹²⁷

A partir dessa percepção, procurando compreender esses gêneros discursivos de que fala Gonçalves (2007), procuramos perceber quais são os elementos, materiais e imateriais que compõem a feira do Guamá. Que elementos conformam a feira enquanto tal e permitem seus gêneros discursivos? De partida, sabemos que esses elementos são o resultado de uma vivência particular, de uma sociação específica que se materializam/concretizam e conformam a cultura material e imaterial daquele lugar. Cultura estas geradas a partir de um contexto peculiar, próprio de uma forma de estar junto. Dentre outros tantos elementos, podemos evidenciar alguns que se pronunciam de maneira mais evidente durante o transcurso da pesquisa¹²⁸.

Desta maneira, convém observar aqui que nosso entendimento de cultura material e imaterial de certa maneira se entrelaçam, por exemplo, como falar do carimbó sem falar das roupas que lhe dão suporte? Como falar da quadra junina se não falamos da dança, cultura imaterial? Qual exatamente a diferença, se uma depende da outra para se expressar? Desta forma entendemos cultura material como

¹²⁷ Dona Iracy, em entrevista em 02 de outubro de 2012.

¹²⁸ Convém observar que o primeiro momento da pesquisa ocorreu entre os anos 2011 e 2012, dentro da pesquisa de mestrado. No entanto, convém salientar que este primeiro momento não pode ser apagado e nem desconsiderado da pesquisa atual, pois esta se torna um desdobramento da anterior; assim, esteticamente este primeiro momento nos possibilitou uma percepção estética apurada das interações na feira a partir da análise da cultura material observada então.

...trata-se, na verdade, essencialmente o trabalho, as técnicas, a produção em geral, mas também o consumo, a moda e o gosto, bem como comércio, a circulação de objetos de uso se tornam mercadorias depois de serem produzidos. Abrange também a organização do espaço, seja o espaço doméstico, aquele da casa de habitação ou do espaço de trabalho, do campo ao atelier.¹²⁹ (COLLOQUE, CALENDÁ, 2015)

Portanto a técnica, que tem sua imaterialidade, se transforma em matéria no objeto; o gosto que é imaterial, se concretiza na coisa, seja ela um gesto, um canto, uma indumentária. Deste modo não faremos uma distinção explícita e pragmática entre cultura material¹³⁰ e imaterial, compreendendo que ambas estão vinculadas e somente uma questão conceitual as separam.

No primeiro momento da pesquisa, que se desenvolveu entre os meses de agosto a dezembro de 2011, pudemos observar que os feirantes tinham a possibilidade de apropriarem-se de maneira mais contundente de seus espaços; primeiramente porque a prefeitura, responsável pela revitalização do mercado de carne, através da administração do mercado, já estava em débito com o feirante o colocando nas condições em que se encontravam, na rua, em boxes de madeira mal-ajambrados, com pouco ou baixa iluminação, quase insalubres. – Assim a administração, correspondendo à insatisfação dos usuários da feira, mas ao mesmo tempo partilhando da cultura do ambiente e percebendo a já assimilação desse ambiente pelos usuários da feira, afrouxava suas exigências; e, segundo a construção dessa estrutura, mal-ajambrada, que, conjugada ao primeiro fator, possibilitava uma maior apropriação por parte do feirante na constituição de seu box e da própria feira. Essa estrutura estava presente na configuração do espaço mercado/feira e na composição dos boxes, em madeira.

¹²⁹ Como no original: « *il concerne en effet essentiellement le travail, les techniques, la production en général, mais aussi la consommation, la mode et le goût ainsi que le commerce, la circulation d'objets d'usage devenus marchandises après avoir été produits. Il englobe aussi l'organisation de l'espace, qu'il s'agisse de l'espace domestique, celui de la maison d'habitation, ou de l'espace du travail, du champ à l'atelier. La culture matérielle : un objet en question* » (Colloque, Calenda, Publié le mercredi 01 juillet 2015, <http://calenda.org/334214>)

¹³⁰ Fernand Braudel (1979) utilizou o termo civilização material para abordar os aspectos econômicos da vida quotidiana. Este não é o nosso caso. Por isso insistimos no termo cultura material, visto que estamos tomando o termo de maneira ampla, procurando abarcar a materialidade que constitui a feira do Guamá.

Esse segundo fator, espaços compostos de boxes de madeira, permitiu ao feirante uma apropriação maior dessa estrutura a partir do momento que ele podia definir de que forma ele iria se apropriar, através das cores, por exemplo que poderia utilizar, no espaço que lhe fora concedido. O feirante tinha nesses boxes uma área sua, que podia interferir com maior liberdade de expressão; por isto este contexto é importante para nós, por ser uma área menos institucionalizada pela prefeitura, menos regulamentada por normas. Desta maneira, podemos evidenciar através do pensamento de Roche como negociamos materialmente, ou através da cultura material com nosso entorno fabricando paisagens.

A vida material, sem dúvida, estabelece na história "os limites do possível e do impossível", como Braudel queria, mas ela o faz no entrelaçamento do contexto social de informação e comunicação que organizam o significado das coisas e dos bens, e não na sucessão e na separação clara de temporalidades propícias aos comportamentos tipos.¹³¹ (ROCHE, 1997: 11).

As composições são constituídas de elementos expressivos impressos – mais o fato de estarem impressos não significa que não possam ser alterados; bem ao contrário, existe um movimento oriundo da própria interação entre o indivíduo, o meio e a cultura material em questão - ou que se conformam na/a cultura material que se colocam a ver, se concretizam através de palavras, frases, expressões, performances, instrumentos de trabalho e decorativos, arrumação da barraca, e, mesmo, percepção de um mundo que se materializa em nossas ações. Essa percepção de mundo na feira é partilhada. Assim, essas composições são constituídas de elementos expressivos que acabam por conformar marcas visuais. Essas marcas são processadas nos imaginários sociais e pessoais do frequentador da feira, pois os processos de percepção são processos mentais; os contornos da feira funcionam como seus limites, e cada indivíduo processo o seu em si em no processo interativo. Mas um limite tênue, expansivo, que não se limita aos mercados ali existentes e nem normas impostas pela prefeitura, como o mercado de carne, da farinha e de roupa, esse limite ultrapassa a materialidade imposta.

¹³¹ Como no original: « *La vie matérielle établit sans doute dans l'histoire 'les limites du possible et de l'impossible', comme le voulait Braudel, mais elle le fait dans l'imbrication de contexte sociaux d'informations et de communications qui organisent la signification des choses et des biens, et non dans la succession et la séparation claire de temporalités propices à des comportements types* » (ROCHE, 1997: 11)

Convém observar que “apesar da grande diversidade de *nuances* pessoais, as interpretações subjetivas se manterão dentro do leque de *significados possíveis*, estabelecidos pela estrutura objetiva da obra.” (OSTROWER, 1983: 42). E, colocamos, não só da obra, mas de qualquer imagem, de qualquer vivência ou experiência que constituímos nas nossas interações; em qualquer *forma* simmeliana que conformamos como resultado dessas interações.

4.3 Como os sentidos se materializam no gosto através das coisas na feira?¹³²

Nosso objetivo neste tópico é tentar colocar em evidência, a partir de uma observação vivencial, nos utilizando da metodologia fenomenológica de Gadamer e de Maffesoli, e procurando uma fusão de horizontes entre a reflexão etnográfica e a *redução*, ou descrição, da fenomenologia, escavar os sentidos das coisas em seus contextos. Desta maneira, procuramos compreender como o gosto na feira poderia estar concretizado ou se concretizar no seio das interações; ou seja, como ele viria à tona, se evidenciaria e, assim, participaria do engendramento e das conformações de reciprocidades, ou seja, das formas sociais.

Para fazer esse percurso, adentremos no “complexo de produtos industrializados”, aquele espaço dedicado às mercadorias que não podem ser comidas – roupas, cabos, baterias, eletroeletrônicos, brinquedos, bijuterias, bolsas, sapatos, adereços, esmaltes etc. Esse espaço localiza-se em parte do prédio dedicado à farinha e em parte em um anexo localizado atrás deste prédio, como se fosse uma extensão sua. O espaço foi coberto mais recentemente; de acordo com alguns feirantes, há cerca de 10 ou 12 anos.

Detenho-me num box desse espaço, ainda no prédio da farinha, território onde a malha e a lycra imperam visualmente. É o box de Madalena, situado na “parte de artesanato”, ou seja, de coisas que, segundo Madalena, são feitas com as mãos, como os guardanapos pintados e bordados em crochê. O que mais é vendido em sua barraca¹³³ são

¹³² Parte deste tópico veio de um artigo desenvolvido, “A conformação do gosto nas interações da quadra junina”, encaminhado e aceito para o Livro Encontros em Comunicação – PPGCOM/UFPA, no prelo.

¹³³ Barracas e boxes, o feirante não faz muita diferença entre os dois. Isso a depender muito de quem é o feirante. No entanto uma evidência vai, ao longo da pesquisa, tomando forma e podemos observar que barraca é aquilo que está na rua, fora do mercado, e box é aquele gradeado que está dentro do mercado, que está coberto pelo mercado. No entanto, dependendo do feirante com a qual conversamos com ele

os *cropts*¹³⁴. *Cropts* são uma espécie de *soutien* de biquíni feito, no caso de Madalena, em crochê, com uma barra que pode variar entre 2cm a 20cm abaixo dos seios. Outro produto que sai bastante são os guardanapos decorados e bordados, como os feitos por Madalena e Arlete, feirante e vizinha de barraca de Madalena a, mas não de box.

Madalena possui dois boxes onde vende roupas que compra aqui mesmo em Belém. Madalena não viaja, como a maioria das feirantes – talvez porque tenha dois filhos ainda jovens, um com 13 e outro com 9 anos. Seu marido trabalha e estuda, tendo pouco tempo para a família. O forte de venda de Madalena são roupas femininas e infantis; no entanto, ela sempre tem camisas e shorts masculinos. Na barraca Madalena se vende somente produtos feitos a mão. Note-se, entretanto, que há uma proibição feita entre os feirantes, da interdição de venda de roupas na calçada. Quando isso ocorre, “*eles fazem a maior onda*”, me revela dona Gilda, relatando o caso de uma senhora que chegou com o carro cheio de roupa, parou no meio fio, abriu o porta-malas e começou a vender. Fizeram a “*maior onda*”, chamaram seu Rafa – aquele que resolve qualquer problema, mas não é o administrador e não tem nenhuma relação formal e administrativa na feira, mas é uma autoridade com grande status e influência entre os feirantes dali – e tiraram a mulher de lá.

Mas voltemos à barraca de Madalena, onde ela vende seu artesanato – panos de cozinha em geral como protetores para botijões de gás, para bujões de água, para liquidificadores, porta-guardanapos, porta papel higiênico, porta-panos e toda uma sorte, paninhos para colocar em cima de mesas e bandejas, além, é claro, das eventuais encomendas: fraldas bordadas, um cueiro, um paninho, e outras coisas mais que se precise de agulha e linha. E aí, ela também revende alguns produtos feitos por uma amiga. A diversidade é grande.

Diferentemente de Madalena, dona Arlete, que atua no mesmo espaço, utiliza seu box apenas para guardar sua barraca e seu artesanato, basicamente panos de prato bordados e pintados que são vendidos em sua barraca na calçada do Mercado da Farinha, na Av. Barão de Igarapé Miri. Sem box no interior da feira ninguém não tem o direito de colocar uma barraca ali, exceção feita a Mariozinho, que vende CDs, e à Márcia, que

poderá utilizar o termo barraca para falar de um box, principalmente se este feirante for dos mais antigos na feira.

¹³⁴ Neste momento da pesquisa, abril de 2016. A variação depende da época, das tendências de moda que aparecem em novelas e programas de televisão, me esclarece Madalena.

vende água; mas observe-se que, nesses dois casos, ninguém, dentro do mercado, vende este tipo de mercadoria. As vendas de Mariozinho e de Márcia não afetam os feirantes que têm seus boxes no interior daquele mercado.

Voltemos ao box de Madalena. Outro item bem vendido ali são as camisas de time de futebol, inclusive as de times internacionais como Paris-Saint Germain, Barcelona, Real Madri. A esse respeito, diz-nos Madalena: “*É, quando tem campeonato, e quando tá na final, aí sai bem. Eu sempre tenho alguma coisa*”. As camisas não são feitas à mão, são produtos industrializados, por isso ficam localizadas no box interno de Madalena, ou seja, dentro do mercado coberto, e não na calçada, como é o caso do artesanato. Ou seja, artesanato, mesmo roupas, aquilo que é feito à mão, ganha a calçada e pode ficar na rua; roupas industrializadas, não, devem ficar dentro do mercado.

Voltemo-nos para o gradeado de artesanato da barraca de Madalena. Ele é dividido em duas seções que não se misturam. À esquerda, vemos o que Madalena a chama de artesanato, ou seja, confecções de fabricação manual, feitas em crochê ou em costura. Suas peças são arrumadas de acordo com o estilo, a função e a cor. Os conjuntos também estão próximo. Esses conjuntos são formados por capas de eletrodomésticos como liquidificadores, capas de bujões de água, capas de botijões de gás. A arrumação do gradeado ocorre de acordo com as disposições das cores, formatos e funções. Madalena procura encontrar uma certa harmonia na disposição dos elementos que devem ser vendidos; assim acaba também combinando e sugerindo a venda de um possível “conjunto” para cozinha, como é o caso do pano em crochê verde para cima da mesa e a capa do galão de água.

Figura 51: Barraca externa de Madalena



Fonte: fotografia feita pela pesquisadora no dia 06 de abril de 2016.

Observemos agora um dos motivos, um dos enfeites dos panos de prato vendidos na barraca de Madalena. A cor do pano é branca; as suas beiradas são bordadas em crochê em lilás claro; no beiral de baixo, localizado abaixo do motivo principal – uma imagem pontada onde o lilás predomina – o bordado alcança uma predominância maior, alcançando mais de 3cm de largura; na ponta superior o bordado mal chega a 1,5cm; e nas laterais o bordado é rente ao tecido, como se estivesse fazendo a sua bainha; o que não é o caso. Agora vamos à imagem principal, pintada na parte inferior do pano, como observei logo acima do bordado com o beiral maior, ela está centralizada; trata-se de uma moça, estilizada, uma boneca vestida com um vestido predominantemente lilás; de saía

vaporosa em lilás com flores brancas. A parte superior do vestido, acima da cintura, está colada ao corpo, mostrando a protuberância dos seios e as mangas bufantes. O acabamento das mangas e do colarinho são brancos, um beiral branco que dá graciosidade ao corpete em uma só cor, em lilás. Entre a saia e a parte de cima, há um cinto preto. A imagem tem cabelos preto e porta um chapéu, na mesma cor lilás do vestido e com um laço branco. Sapatos tipos boneca, também em lilás, com um laçarote em cima acompanham o estilo do vestido. Ela está cercada por dois conjuntos de flores brancas e lilases, as mãos para trás, fazendo com que possamos ver somente os braços e cotovelos. Ela também porta um pequeno colar rente ao pescoço.

O que podemos ver nessa imagem? Vemos uma camponesa europeia estilizada por quem a produz e por quem a adquire e a consome e assimila, tornando-a assim um ideal e o padrão de um adereço de cozinha, de coisa de dentro, de coisa interna, de coisa íntima, do dentro de casa, daquela parte que não vai a visita, mas só vai o de casa; a imagem passa a fazer parte do ideal de beleza e da família de quem o usa, de quem o porta. No entanto, essa mesma estilização também está presente no olhar das amigas de Madalena, que vendem produtos com esse mesmo tipo de imagem: Vestidos bufantes, com mangas igualmente bufantes, chapéus, sapatos tipos boneca com pequenos saltos e laçarotes acima, flores campestres, fazem parte da cultura material somente quando são materializados, no entanto, esses elementos antes de se concretizarem nos panos de prato, já estão presentes no imaginário, seja de quem os faz, seja de quem os compra para uso ou, na maioria dos casos, como no caso de dona Márcia, freguesa que acabara de levar um pano de prato, somente para enfeitar e colocar acima de fogão.

Olhamos para o lado, para a barraca que fica bem ao lado da de Madalena, e do lado esquerdo, observamos dezenas de sandálias tipo havaianas, de todas as cores e modelos, para a venda; dentre essas sandálias há alguns sapatos tipo sapatilhas e uma sobressai, de a estilo gladiador, toda amarrada na perna; outra ainda com franjinhas na tornozela. Dos sapatos fechados ofertados, os que mais chamam atenção são aqueles em dourado, outros em strass, outras ainda com lacinhos. Apenas dois pares de sapatos desta barraca são fechados na frente – uma sapatilha rosa com o bico redondo em metal dourado, e a outra em plástico, estilo melissa, branca com lacinhos pretos em cima e levemente na lateral - os demais são sapatos abertos, estilos sandálias.

As sandálias, à primeira vista, não tem nenhuma relação com as imagens camponesas que vimos nos panos de pratos na barraca ao lado, mas dialogam com o

cropts, que ficam na mesma barracas dos panos, mas localizados na parte posterior, que dá para o meio da rua, enquanto que os panos de prato ficam voltados para a calçada, É como se passassem ali dois públicos diferentes; um mais lento, que anda na calçada, o de casa, o do lar, que não são tão novos, que carregam sempre alguma sacola, e que dificilmente se interessaria pelos *cropts*, freguês este voltado para os panos de pratos, para a decoração da cozinha e do lar; e outro público, que vê ao longe, que corre, que anda rápido e que pode localizar os *cropts* e saídas de praia a partir dos ônibus e carros que passam e do outro lado da rua. Assim, a mesma barraca, de Madalena, por exemplo, procura atingir públicos diferentes transformando-os em fregueses; aqueles que se interessam pelas coisas do lar, e aqueles, talvez mais mundanos, que se interessam pelas coisas da rua, pois os *cropts* são usados para sair de casa, embora em casa também sejam usados. Como coloca dona Sílvia que, ao ver um *cropt* pergunta o preço e se interessa, não para si, mas para suas filhas, de 16 e 18 anos respectivamente. Segundo ela é para usar em casa, é bonito e confortável.

São eles que dialogam com as sandálias da barraca ao lado. Enquanto que os panos de cozinha de Madalena, dialogam com os panos de dona Arlete, este pendurados entre as barracas de Madalena e de dona Graça, que vem de Outeiro vender na feira do Guamá.

Passemos agora para o interior do mercador. No local onde ficam os boxes de Madalena e onde os manequins tomam parte do espaço. Na sua maioria são manequins de corpo inteiro, até os pés, mas sem cabeça; mas encontramos também os manequins de $\frac{3}{4}$ e $\frac{2}{4}$, ou seja, indo até o meio da coxa ou até o quadril. O box ao lado do de Madalena tem o privilégio de ficar na ponta do corredor, ou esquina e, além de estar no cruzamento entre dois corredores, podendo usar duas frentes para expor suas roupas, tem um fluxo maior de pessoas que cruzam o local. A proprietária do box possui quatro manequins de corpo inteiro que ela localiza na lateral de seu box, deixando a frente mais exposta e ampliando seu espaço expositivo. Todos os quatro manequins vestem roupas em lycra, apenas um dentre eles veste um *cropt* em crochê. Vamos observar de perto os manequins.

Figura 52: Manequins com roupas de dona Adélia. Abril 2016.



Fonte: Pesquisadora.

O primeiro manequim da imagem veste top em lycra, amarelo claro com listras pretas na vertical. Apesar de top, não possui decote nas costas; a frente possui um decote não muito acentuado, no estilo camiseta. As listras evocam um certo tremor, visto que se alternam nas linhas espaçamentos finos e grossos na conformação do tecido; no incremento do movimento também está presente o tipo de lycra¹³⁵, canelada, que contribui para essa sensação de movimento visual¹³⁶. O short é feito também no mesmo tipo de lycra com listras pretas, no mesmo estilo, sendo em cor turquesa e a cintura levemente baixa.

¹³⁵ Lycra, também conhecida como *spandex* ou elastano, é um tipo de tecido sintético, é mais barata do que tecido de fibra natural; possui alto índice de elasticidade podendo atingir até 500% de seu tamanho, sem se romper; não amassa e é fácil de secar; é durável, leve e confortável; resiste à oleosidade e a transpiração; é de fácil portabilidade.

¹³⁶ Este tipo de movimento visual esteticamente se conforma dentro de um paradigma barroco, em oposição a um paradigma clássico e apolíneo que está baseado no equilíbrio das linhas e na composição estável da imagem.

O segundo manequim está vestido com um conjunto em lycra, não canelada, ou seja, de textura lisa, mas de estampada florida¹³⁷. As cores presentes são o preto, cinza, vermelho, rosa pink, rosa claro, branco, amarelo, lilás e turquesa; visualmente há uma predominância do rosa pink com turquesa no conjunto das cores. A parte de cima é composta por uma blusa curta, maior que um top, ainda que deixe a barriga de fora, e de alças de aproximadamente 1.5cm. A parte das costas é similar à da frente, sem decote pronunciado, sendo na frente um leve decote em V discreto, no estilo de uma blusa com alças. O short não chega a cintura, mas aproxima-se, chegando mais acima em relação ao short do primeiro manequim. É um conjunto que cobre mais, levemente, o corpo, se compararmos com o primeiro.

O terceiro manequim é um conjunto de top com calça até abaixo dos joelhos; em lycra canelada e listrada, igual a lycra do primeiro manequim, no mesmo estilo, com a mesma textura, sendo na cor vermelho vinho e preto. A cintura não é baixa nem alta, está levemente abaixo da cintura. O top tem as mesmas características - tecido e posição das listas, na vertical - do amarelo do primeiro manequim, o que os diferencia é somente a cor. Geralmente este tipo de conjunto é utilizado nas academias de ginásticas.

Quarto e último manequim é um pouco diferente dos outros três. O top não é top, é o *cropt*, feito em crochê nas cores amarelo, rosa e turquesa. Ele é no estilo *soutien* com uma barra de aproximadamente 8cm abaixo do busto, de alcinhas e amarrado com dois pares de fios, também em crochê, em torno do tórax, abaixo da barra do seio, indo até a cintura. Uma maneira de sensualizar quem o porta. O estilo é mais ousado se compararmos com os demais tops, pois o *cropt* cobre somente o seio, como se fosse um *soutien*. O short, que faz par no manequim com o *cropt*, é de um rosa claro, porém chamativo, como se fosse fluorescente. Ele é feito no mesmo tecido do conjunto anterior e do primeiro manequim, ou seja, em lycra canelada com listras pretas; porém, as listas do short abaixo do cós estão na horizontal, as dos cós permanecem na vertical. O short é um pouco, digamos, mais comportado que o short do primeiro conjunto, pois é um pouco mais comprido, e a cintura levemente mais alta.

Esse último manequim não conforma um conjunto, ou seja, são peças separadas, assim como o primeiro conjunto. As roupas vestidas pelos dois manequins do meio foram produzidas enquanto um conjunto, em que as peças não podem ser vendidas

¹³⁷ Novamente observamos uma estética visual que evoca o universo barroco, ou dionisíaco, provocada pela profusão das cores, pelo estampado, e não mais pela textura do tecido, como no manequim analisado anteriormente.

separadamente. As peças expostas nos manequins das laterais, não. Essas peças, assim como as demais, podem ser usadas ou conformados enquanto um conjunto por quem os utiliza, os vestem, embora não tenham sido confeccionadas ou expostas enquanto conjunto; desta maneira podem ser vendidas separadamente. A exposição do conjunto, assim como do jogo entre peças diferentes, sugere não somente a maneira de como a feirante/vendedora aprecia o jogo dos elementos ali expostas, mas também como esses jogos pode ser apreciado pelo passante e freguês.

Se pararmos para observar o conjunto dos manequins, podemos observar que peças em lycra e crochê que vestem os manequins, nos dizem o que a feirante tem a vender e o que o freguês tende ou tem a comprar. De acordo com Adélia o que mais sai na feira é a lycra, porque é “*bonita, barata e fácil de vender*”¹³⁸. Observo que não existe número nas peças em lycra, todas são tamanho único. A elasticidade da lycra se adequa a quase qualquer tamanho; modela o corpo de quem a usa e expõe-no; exceção feita apenas para a roupa infantil. Este é mais um fator que barateia para quem compra para revenda, pois a feirante não precisa comprar uma variedade de tamanhos para satisfazer seus fregueses, barateando assim o custo da viagem e a dinâmica nas vendas, além da facilidade em transportá-los, pois são peças mais leves e de fácil arrumação na bagagem acrescentamos a isso a facilidade e versatilidade em expô-los, assim como a atração que visualmente causam.

Mas continuemos a observar a imagem acima. Três cores com suas variações são mais evidentes, o rosa, o amarelo, e o turquesa. Observe que quando a cor não é forte, ela é aberta e evidencia-se fluorescente, chamando visualmente atenção de quem ali passa. Outro fator interessante é a alternância entre os tecidos com textura rugosa, sem estampas, em relação aos mais estampados. Os tecidos com textura rugosa, por si só já tem seu dinamismo, como observei quando descrevi o primeiro conjunto, tipos de listas mais tipo de tecido e mais a cor, que geram movimento visual e chamam a atenção visual de quem ali passa. No entanto, o impacto que esses tecidos causam são quebrados por outros, mais dinâmicos ainda, como o florido e o em crochê, que parece claro, mas é um claro aberto e que evidencia-se fluorescente, causando um impacto e uma parada visual em relação ao seu vizinho. Assim, há uma ruptura visual provocada pela arrumação dos elementos expostos – roupas, cores, estilos - nos manequins. A intensão da vendedora-feirante é chamar a atenção de quem passa, de um possível freguês, o que acredito, ela

¹³⁸ Adélia em entrevista em 06 abril 2016.

consegue. Quem ali passa olha para os manequins e, ao mesmo tempo, como ela me confirma, assim como dona Gilda^{me} confirmara “...a roupa que vai para o manequim é mais fácil de ser vendida.”

As cores fortes e cintilantes, as estampas, os tecidos, as linhas e traços, tomam formas em roupas expostas, que por sua vez, em quem as vestirão, tomarão outras possíveis formas, como veremos mais à frente.

Além dos manequins, as roupas expostas em cabides de arames ocupam e revestem a maioria dos boxes que vendem roupas. Vamos ver agora de perto e de dentro o box de Madalena e de dona S.:

Figura 53: Box de Madalena e dona Graça



Fonte: Registro feito pela pesquisadora no dia 06 de abril de 2016.

Se nos voltarmos para o box da vizinha de Madalena, ainda que com pouca mercadoria, podemos notar a diversidade e quantidade de blusas femininas que, não são estampadas, mas possuem as cores primárias e fortes em sua maioria. As blusas em malha dos boxes de Madalena possuem estampa, as do box de S. não possuem estampas, são lisas e de cor únicas, ou toda azul, ou toda vermelha, ou toda amarela, ou ainda toda rosa. O público alvo de Madalena são crianças e jovens adultos. Quando conversamos com Madalena notamos sua jovialidade, seu ânimo e a importância que os filhos tem na sua

vida. Observe que as roupas penduradas na parte de baixo do box da Madalena são roupas infantis; metade de seu box expõe está voltado para a exposição de roupas para crianças. Mas Madalena procura expandir seu negócio, e estende sua venda a um público adulto, mas juvenil. Em seu box as roupas são estampadas com muitas cores, exceção feita apenas para os shorts e blusas esportivas masculinas, que Madalena não pendura em seu box, mas sim no box da vizinha em frente - que passa mais da metade do ano fechado, só abrindo em épocas de festas. Desta maneira Madalena mantém a estética de seu box com roupas femininas e infantis, coloridas e graciosas. Comparando os dois boxes fica mais fácil fazermos a análise. O público alvo de S. são senhoras que buscam roupas mais discretas, de uma só cor, sem tantas interferências. Apesar das cores fortes - uma característica compatível com a luminosidade e temperatura fortes, como já pontuei anteriormente -, as blusas de Sandra apresentam certa sobriedade se comparada com as de Madalena, que são, em geral, tops voltados para um público jovem, blusas e vestidos coloridos, em estampas, perfazendo uma estética diferenciada entre suas vestimentas e as vendidas por Sandra.

Em se tratando da cultura material no box de Madalena as roupas predominam. Mas temos os suportes para o mostruário, que são os cabides, os suportes em ferro para os cabides, as luzes, o aramado ao fundo e nas laterais, as pequenas caixas de costura. O box de Madalena é arrumado com capricho, um dos poucos naquela área com iluminação interna. Na parte superior podemos observar certa sobreposição das roupas; mas notamos também que essa sobreposição tem certa ordem marcada por um pequeno afastamento entre elas, que pode ser notado na posição e na arrumação dos cabides. Esse tipo de arrumação facilita a percepção visual das roupas em relação a quem se aproxima do box. Madalena tem o cuidado para que nenhuma das blusas e roupas que estão ali estão expostas, encoste no chão.

Logo abaixo, ainda na parte de cima do box, deixando espaço para que a abertura do box fique exposta, Madalena colocou um suporte em ferro no qual pendura, de maneira organizada por cores e tamanhos, os sutiãs; alguns desses sutiãs formam conjuntos com calcinhas e, para maior proteção, pois são produtos mais caros, recebem uma proteção em plástico, evitando assim que a demora na venda o sujem de poeira da rua, visto que muitos deles são de cores claras. Na lateral esquerda da imagem podemos observar que Madalena coloca os vestidos mais longos em malha, com o cuidado necessário para que não os encoste ao chão; e na lateral direita, os *cropts*. Ambos os lados são fechados visualmente pelos vestidos e pelos *cropts*, respectivamente. A parte logo abaixo do balcão

do box também há suportes para cabides, mas, diferente da parte de cima, o sentido desses suportes são diferente, neles as roupas são projetadas para frente – e não para as laterais como os suportes superiores -; este posicionamento que projeta a roupa para frente corrobora para o incremento na quantidade de roupas expostas e, também, na versatilidade em visualizá-las para o freguês, que tem acesso com as mãos – diferente das de cima -, e pode passa-las uma a uma sem retirá-las do local. É neste local que geralmente Madalena coloca ou blusas femininas e/ou roupas infantis, a variar e depender de seu estoque; observe também que são roupas de tamanho que não venham a tocar ao chão.

Nessa profusão de elementos, roupas, cores e formas, o que menos aparece são os cabides em arames que ficam completamente obscurecidos por essa profusão de coisas. Os cabides, os bustos em plásticos e os manequins são coisas que fazem parte da cultura material da feira, mas que desaparecem diante das coisas mais importantes, as roupas, as cores e suas formas.

A parte interna do box de Madalena é arrumado com pequenas peças de toda sorte, aproveitando a parede de fundo do interior do box. Ainda no interior do box, na parte do balcão, Madalena coloca coisas que ela precisa no cotidiano como sacos, fita durex, fio, tesoura, uma caixa com pequenos apetrechos de costura e crochê, linhas, copos, uma lata com pequenos apetrechos além de algumas roupas para a venda, mas que, no entendimento de Madalena, não precisam estar expostas como as demais, pois são, “repetidas”. Observo que há muitas fotografias no aramada, na parte interna. Madalena me diz que ali também é a casa dela, e ela traz um pouco de si para ali. São fotos da família: Uma dos dois filhos em um casamento, tendo uma mesa com um grande bolo entre eles; duas fotos está Madalena cercada pelos dois filhos; em outra Madalena está bem novinha, com 17 anos; em outra Madalena está também bem nova junto ao marido; uma sexta foto Madalena está bem preparada, fazendo um ensaio fotográfico, com a mesma idade e pose da foto relatada anteriormente quando jovem; na oitava fotografia é Madalena com seus pais e seu filho; e finalmente na nona fotografia é o seu filho fazendo ‘legal’ com os dedos. As fotos são grandes, medem em torno de 15x30 a menor, as outras tem padrões maiores e diversos. Todas as fotografias estão plastificadas para, segundo Madalena, ficarem protegidas da poeira e não ‘estragarem’.

Além de fotografias, dentro dos boxes de Madalena podemos encontrar material de costura, para pequenos concertos e remendos – Madalena acaba ajudando muitos feirantes que tem suas roupas novas a serem vendidas com pequenas descosturas, muitas

vezes erro de fábrica, e como Madalena tem “mãos de fada”¹³⁹ ou “mãozinha de anjo!”¹⁴⁰, segundo seus amigos e vizinhos de feira, ela presta vez ou outra pequenas ajudas. Madalena também vende, como observei mais acima, roupas feitas em crochê, artesanato. Desta maneira também vamos encontrar no interior de seus boxes linhas e agulhas de crochê, encomendas a serem entregues e/ou vendidas.

Roupas penduradas no seu interior forram o box internamente. Não são artesanato, são roupas industrializadas que Madalena compra de um vendedor ou representante ali mesmo pela feira. Vez ou outra eles estão passando.

Madalena também vende roupas masculinas, no entanto não as expõe diretamente no seu box, e aproveita o espaço do box de sua vizinha da frente, que passa parte do ano fechado, visto que esta só o abre em épocas juninas e de carnaval, para expô-las.

Uma das vendas fortes neste primeiro conjunto de boxes que fica anexo a área dedicada à área da feira, são, além das roupas em lycra e malha, são os shorts masculinos em confeccionados em tactel¹⁴¹ ou poliéster. Em sua maioria são confeccionados em cores fortes, como o vermelho e o azul, ou vivas e fluorescentes, como o laranja, o verde ou o turquesa; mas podemos encontrar o preto, o lilás, e, em sua minoria o branco e o cinza. Geralmente estes shorts imitam marcas famosas como Penalty, Nike, Fila, Puma, dentre outras, levando consigo bordadas suas marcas na beirada de uma das pernas. Outra vestimenta que nos chama atenção são as blusas confeccionadas para moto táxi, ali quem as vende é o seu Jorge, amigo de dona Arlete e de Madalena, sempre em cores fortes como o laranja, no caso, normas da prefeitura. Não é raro os três estarem conversando quando ali passo. Os três se conheceram na feira, sabem quando um e outro ali chegou, com quem trabalham. Partilham seus dores, como relata Madalena

Então tá assim, como eu digo que é minha segunda família porque assim, quando eu tô aqui, que eu passo mal, as meninas me acolhe, porque, se eu ficar em casa sozinha, quem vai me acudi? E aqui, não; se eu passar mal, tem alguém, tem as meninas que pode ligar, pode ligar pra ambulância pra me buscarem, alguma coisa assim, pelo menos aqui eu tô amparada. É por isso que eu falo, é minha segunda família. ”
Risos. (Madalena, entrevista em 6 abril 2016)

¹³⁹ Seu Jorge, em entrevista em 6 abril 2016.

¹⁴⁰ Seu Pedro, em entrevista em 6 abril 2016.

¹⁴¹ Tecido sintético de boa resistência além de acessível no mercado.

Desta maneira, podemos observar que a feira, a materialidade da feira, cria a referência para o encontro; é na materialidade dela que Madalena vende sua mercadoria, faz contato para a produção de seu crochê, e é através da materialidade dessa mercadoria que Madalena estabelece relações com aquele universo. A ponte entre ela e o outro, aquilo que faz ela estabelecer relação com o outro, é sua própria mercadoria, ou seja, as roupas, é também o seu crochê. Madalena me relata que, mesmo quando não vende sempre recebe uma encomenda de crochê, pois ela passa parte de seu tempo fazendo crochê na feira, uma forma de publicizar suas qualidades técnicas e de encontrar um freguês, “*O que eu mais vendo é meu artesanato. Ultimamente. Porque, como ah... como gente fala... a crise táí... só tem épocas... eu vendo, oh, eu vendo... o que ultimamente eu tô vendendo diariamente é short, os guardanapo (que tem acabamento em crochê), tapete (artesanal), o cropt (um top que parece sutiã de biquíni, só que um pouco maior em sua lateral e barra da frente, feito em crochê).*”

Como separar a técnica, elemento que só se concretiza no cropt, por exemplo, do cropt em si, matéria? Assim, cultura material e imaterial caminham, digamos, transformam-se, uma em face da outra, de mãos dadas.

4.4 Ato de comprar: gosto, sociação e dádiva.

Procurarei tratar aqui do ato de comprar enquanto um processo de sociação na produção de sociabilidades (SIMMEL, 1983, 1999, 2006). Desta maneira procuro desenvolver a ideia de que o ato da compra engendra uma determinada forma social, justamente uma sociação, existente no espaço que tomamos como ponto de observação, o complexo de industrializados da feira do Guamá.

Se compreendemos a interação enquanto forma social, seguindo o pensamento de Simmel, podemos concluir que uma forma social realiza uma cultura do estar junto, uma cultura conformada por diversos elementos e, também, por diversas outras formas sociais que a compõe. Para desenvolver o artigo procurei utilizar a minha interpretação sobre o conceito de cultura material e de objetificação em Miller (1987; 2002), assim como de sociação (*Vergesellschaftung*), presente em Simmel (1983, 1999) e o conceito de identificação, em Castro (2011). Enquanto método proponho a fenomenologia, baseando minha interpretação no pensamento de Schutz (1967).

Toda forma social, enquanto um processo dinâmico (CASTRO E CASTRO, 2016), é um processo que gera interação, troca, reciprocidade em diversos aspectos já desenvolvidos por Simmel (1981, 2006). Assim o ato de comprar se traduz em uma cultura da troca, não limitada a uma lógica racional e prática, mas, sobretudo a uma lógica cultural (SAHLINS 1979; BARROS e ROCHA, 2007) e sensorial, no sentido de que há elementos materiais e imateriais que são trocados no processo interativo, sejam estes, dinheiro, afetos, lucros, valores, sentidos, traços (DERRIDA, 1979), ou qualquer outra coisa que possa estar em jogo, pois entendemos que *"a cultura é um padrão possível de significados herdados do passado imediato, um abrigo para as necessidades interpretativas do presente"*. (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2004: 111), assim os processos do ato de comprar também são passíveis de significados, mas não limitados a estes.

Cada ato de compra é um fenômeno particular para uma maneira de estar no mundo e de construí-lo. Miller (2002) observa essas particularidades no fenômeno da compra quando observa as diferenças nos atos de compra comparando seu próprio trabalho entre os trinitários e as pessoas que vivem no norte de Londres. Percebendo essas diferenças, Miller (2002) evoca as diferentes formas sociais presentes nos atos de compra - ainda que Miller não use o termo "forma social"; é importante que salientemos aqui a nossa interpretação sobre o trabalho de Miller (2002). Assim, também na feira do Guamá podemos apontar elementos que geram um fenômeno particular, característico da cosmologia local (SAHLINS, 1989). Ressaltamos a diferenciação não só na forma como esses atos de compras são realizados, mas também como cada pesquisador desenvolve sua abordagem em relação aos outros pesquisadores que lidaram com o mesmo assunto (MILLER, 2000, 2009).

O lugar do qual agora falo chamamos de feira, aquele lugar que - fazendo uma analogia a James Gibson (1979) -, ao observarmos a mobília compreendemos que ali se trata de uma feira. São as coisas que ali estão, a mobília, que faz com que a reconhecemos aquele lugar, enquanto uma feira; e, da mesma forma sabemos o comportamento que devemos ter ao transitar por ela (INGOLD, 2012).

Mas no caso aqui tratado vamos nos concentrar nas relações que se estabeleceram no anexo do prédio da farinha, que só tardiamente, em relação aos demais, foi coberto e ganhou os boxes convencionais da Prefeitura de Belém, para a venda da

mercadoria permitida no local, as roupas. De acordo com seu Rafa¹⁴², este espaço foi um ganho – no sentido de conquista - daquele espaço pelos feirantes¹⁴³ do local, assim como da institucionalização da venda de, somente, roupas e acessórios naquele lugar; foi uma conquista das pessoas que ali estão.

Acompanhei Amanda na feira Guamá quando ela estava à procura de um vestido para o Natal. Um vestido novo, especial, para usar na noite de 24. Ela observou-me que quando saiu da casa, pensou em comprar um vestido branco que tinha visto por ali, na feira, há alguns dias atrás; mas quando viu o vermelho, no mesmo box onde ela tinha visto o branco, ela decidiu experimentá-lo. Ela queria experimentar ambos os vestidos, e decidiu começar pelo vermelho, primeiro ... e, enquanto se olhava no espelho, sentiu que o vestido lhe caia perfeitamente para seus desejos. Passou-se assim, de 15 a 20 minutos e Amanda seguia ouvindo comentários e experimentando o vestido vermelho. Amanda parecia ter decidido, e, assim, decidiu não experimentar o vestido branco, o vestido que desejara há muito tempo e que a trouxera ali.

Embora ela já tivesse decidido comprar o vestido vermelho, ela tomou tempo olhando-se com ele. Ao experimentar, levantava os braços na altura do ombro, rodava levemente o corpo, de um lado para o outro para se olhar de lado e olhar como o vestido tinha ficado atrás; alisava o vestido, primeiro na frente, passando a mão da barriga aos quadris, passando pela cintura, depois alisava suas costas passando as mãos pelo bumbum, uma hora a palma da mão esquerda, outra hora às costas da mão. Isto tudo era feito na frente da vendedora e daqueles que a rodeavam. Virou-se de todos os lados para se olhar, sempre em uma nova posição. Alguns de seus movimentos eram suaves e seu

¹⁴² Em entrevista concedida à pesquisadora em 18 de fevereiro 2017. Seu Rafa é Presidente da Associação de Feirantes do Guamá. Ele está ali na feira, vivenciando-a partir de diversas relações diferenciadas com aquela a feira, ao longo de mais de 30 anos - Seu Rafa já trabalhou na feira enquanto ajudante de feirante, na sua adolescência; depois tornou-se feirante da farinha; em seguida fundou a Associação de feirantes do Guamá, assim como participou ativamente da fundação da Associação de Feirantes da Cidade de Belém. A partir de sua própria experiência seu Rafa contribuiu para o estabelecimento de seus familiares na feira da farinha através de seu *savoir-faire*, e de sua capacidade em administrar problemas e encontrar soluções. Sua esposa é feirante e possui o box de alimentação localizado no prédio da farinha. Hoje seu Rafa é funcionário da Prefeitura Municipal de Belém, responsável pela limpeza das feiras. Apesar não ter um vínculo direto com o mercado da farinha, pois ele não é o responsável frente à prefeitura pelo prédio, há um outro administrador; de acordo com diversos feirantes do local, como Madalena e Arlete, qualquer disputa que ocorra no local seu Rafa é chamado para resolver. Isto faz com que seu Rafa disponha de um grande respeito e admiração junto a todos os feirantes que, até então, encontrei.

¹⁴³ O feirante é um **Permissionário**, ou seja, ela possui a permissão junto à prefeitura de utilizar aquele espaço, composto pelo box e pelo local onde o box se encontra, não podendo dali deslocá-lo.

corpo balançava docemente, parando seu corpo levemente enquanto sacudia a cabeça e fazia seu cabelo balançar, deixando o corpo em diagonal como se estivessem dançando discretamente. Essa maneira de se mover, de balançar o corpo, a expressão de seu rosto, nos mostrou o prazer de experimentar o vestido. Ela queria ver como o vestido estava de costas, e dizia-nos que gostava do "*decote redondo [na parte de trás] e também do decote da frente ... e o vermelho é muito lindo para o Natal!*". Ainda assim, Amanda ensaiou a dúvida; a vendedora não queria perder a freguesa, e ambas, feirante e freguesa, estabeleceram um diálogo sutil. Amanda perguntou sutilmente o preço do vestido, "*um pouco salgado*", e a vendedora¹⁴⁴, atenta, promete um desconto. O diálogo é intercalado com pequenas pausas entre um enunciado e outro, de ambos os lados. Nem Amanda quer mostrar sua vontade de comprar o vestido, nem a vendedora queria mostrar sua ânsia de vendê-lo. Amanda voltava constantemente para o espelho e tentou esconder o sorriso e a expressão de satisfação. Ela esperava alguns comentários de quem a olhava, mas evitava o escrutínio da vendedora. Por fim, ela se afastou um pouco e se olhou em diagonal, deixando transparecer que o vestido lhe caíra bem, "*como uma luva*", disse dona Gilda, que também acompanhava a compra. Alguns silêncios foram interpostos por todos neste diálogo. A venda parecia longa! A vendedora comentou com os outros participantes neste diálogo, algumas pequenas coisas sobre como o vestido tinha caído bem em Amanda, como o decote e a cor, deixaram Amanda muito bem. Depois de muitas frases curtas, muitos silêncios entre as duas mulheres, e muita especulação e elogios da audiência - Eu, Jussara, dona Gilda, e mais aquelas pessoas que passavam e a viam Amanda a se admirar no vestido -, Amanda decidiu fechar o acordo. Decidido, Amanda se volta para o vestuário, fecha a cortina e troca de roupa. O público que a acompanhava, se espalhou delicadamente. Em alguns segundos, Amanda e a vendedora fecharam o negócio. Amanda saiu com o vestido em sua bolsa dizendo adeus a todos com um sorriso largo no rosto. Agora, ela não precisava disfarçar a felicidade de ter comprado o vestido, pois "*se eu mostrar que estava feliz com a compra, dificilmente teria um desconto assim, certo?*" Ela estava se referindo ao desconto de R \$ 10,00 que havia recebido na compra.

Quando Jussara viu a menina com o vestido, pois ela participara desse processo de compra e venda, dessa sociação; ela, assim como eu, como o vestido, como o espelho, o movimento dos corpos, a expressão, o tipo de sala de montagem, nós éramos um desses

¹⁴⁴ Importante observar que nesta área da feira, quem ali vende, vê-se ora como feirante, ora como vendedora de roupa; isto varia de acordo com as circunstâncias.

elementos que compuseram aquela forma social - ela notou que "*porque é socialzinho, ela pode ir pra qualquer lado ... ir pra uma festa ... coloca um sapato preto, pronto, tá perfeito*". Logo em seguida, depois de ficarmos a sós, Jussara começou a indicar todos os pontos que qualificam o vestido e a escolha de Amanda, "*apesar dos decotes de trás e da frente do vestido, ele é bem socialzinho*" - uma observação na qual podemos perceber uma certa reprovação moral; e aqui é outro elemento desta forma social, o valor moral conferido ao fenômeno da escolha e compra de Amanda - "*ela tem uma saia bem comportada, de uma boneca, não é de manga curta, pode ser usado com um sapato preto*" que reforça esse tom socialmente bem comportado, embora Amanda tenha adorado, pelo que me disse, e pude notar, os decotes da frente e da parte de trás do vestido.

A partir desse momento, Jussara me convida a ver o vestido que pretende comprar, ali feira, não no box da mãe, mas no box de uma vendedora próxima. Mas isso já é uma outra história. Continuemos...

As duas moças, Amanda e Jussara, em momentos diferentes, observaram enfaticamente o vestido, novo e vermelho, que seria usado no Natal, na "festa familiar", uma celebração religiosa e afetiva, quando você comuta presentes e quando se supõe que cada um estará bem vestido. Para o evento você deve "prepare-se" para estar bem, em sua melhor forma "Ah, então quando a gente vai para uma festa com amigos, com a família. Você tem que se vestir bem, é bom." Esse prazer estético evidenciado por ambas as moças evidencia uma maneira de sentir o mundo e de toma-lo para si e para o outro. Aqui, podemos evocar essa humanidade (MILLER, 1998, 2007) sugerida na escolha de Amanda e nos comentários de Jussara que transforma a mercadoria, uma roupa a ser vendida, em um elemento de compartilhamento. Amanda pretende compartilhar "seu estar no mundo" com esse vestido, com as outras pessoas com quem ela vai "estar no mundo" (MAFFESOLI, 1993, 1996, 1996b) no Natal. O vestido é mais uma pitada de sal nessas relações, mas uma pitada de sal muito importante e responsável por essa sociação. A compra do vestido vermelho, mais caro, é um elemento que evidencia uma lógica cultural em detrimento de uma lógica prática (SAHLINS, 1978) de consumo, "*onde o consumo é concebido como um ato simbólico e coletivo.*" (BARROS e ROCHA, 2007), dessas relações entre pessoas e coisas, das escolhas. São coisas que se destacam para tornarem-se elementos de partilha e, talvez, de generosidade entre portador e a intenção para com aqueles que participarão da sociação e conformarão a noite de natal - de fato,

os interlocutores de Amanda, já estão participando quando da escolha do vestido por Amanda.

Essa relação entre pessoas e roupas, entre o sujeito e a cultura material em que ele está inserido, faz com que as roupas se movam de seu estado de mercadoria ou bens alienáveis (SIMMEL 1978, MILLER, 2007) para o estado específico da coisa (INGOLD 2012) para atender um sentido pessoal e social; ou, ainda, um traço, algo que nem sempre podemos qualificar, mas intuímos - aqui abordamos Derrida (1994) e seu conceito de traço, que se referem aos sentidos precários ou "ainda precário", que não deve ou não pode ser transformado em sinais e/ou símbolos.

Acompanhando o pensamento de Miller (1987, 2007, 2009), podemos observar que, ao participar do processo de interação, a cultura material, mais um elemento daquela forma social simmeliana (SIMMEL, 2006; CASTRO, 2017), abaliza certa humanidade (MILLER, 2007) do e no indivíduo. Ao abalizar e corroborar para a construção de determinada humanização, esta cultura material também estará contribuindo para a construção de certa identificação (CASTRO E CASTRO, 2017); talvez não apenas contribuindo, mas evidenciando um processo de identificação já existente, e que colabora para a produção e/ou incremento do processo de reciprocidade (MAUSS, 1974). Assim, podemos observar como a roupa, os adereços, o equipamento e os instrumentos utilizados lá, bem como tudo o que é vendido, trocado e consumido, e que, quando usado por aquele que o adquiriu, corroborará para conformá-los no processo de objetivação; "O termo é usado para descrever uma série de processos consistindo em externalização (auto alienação) e sublatação (reabsorção) através da qual o sujeito de tal processo é criado e desenvolvido" (MILLER, 1987: 12)¹⁴⁵.

O processo de objetificação seria, em nosso entendimento, o resultado do processo de identificação entre sujeito-objeto-intersubjetividade, ou ainda, a sua concretude. Podemos dizer que o processo de objetificação concretiza o processo de identificação. No entanto, convém observar que o fato de concretizar ou realizar não implica em um enrijecimento ou estagnação; o processo é contínuo gerando múltiplas realizações.

¹⁴⁵ Como no original: "The term is used to describe a series of processes consisting of externalization (self-alienation) and sublation (reabsorption) through which the subject of such a process is created and developed. (Miller, 1987: 12) Tradução livre da autora.

A busca ao vestido de festa para o Natal na feira, a interação estabelecida pelo desejo de comprar e o desejo de vender, engendrou uma certa maneira de interagir que conformou uma certa forma social; mas esta forma social só estava sujeita à existência por causa dos elementos que estavam lá e a conformou: a coisa desejada - o vestido para o Natal; o freguês que queria o vestido para o natal; os boxes na feira; o manequim onde o vestido estava exposto; os outros manequins que preenchiam o lugar visualmente; o conjunto de roupas expostas; os cabides de ferro; os armários; o vendedor da feira; o complexo industrializado da feira Guamá; a presença de Jussara e outros que por ali passavam; a presença do pesquisador; e a venda. Usando uma metáfora para que possamos entender melhor como essa forma social se conforma, podemos adicionar o lugar, a feira de Guamá, como o forno que "assou" esses elementos - em nossa compreensão talvez a arena a que Douglas e Isherwood se referem (2004) -, integrando-os de forma determinada para conformar a uma determinada forma social que, sem ela, não teria sido possível; e o consumo poderia ser o fogo - ou o vitalismo (MAFFESOLI, 1995, 2005) - que amalgamou esses elementos que conformam essa forma social.

Acompanhando o pensamento de Miller (2007) e Douglas e Isherwood (2004), observamos que, se a cultura material evidencia uma humanização e, talvez, promova-a, no que acreditamos, pois "*é evidente que os bens têm outro uso importante: também estabelecem e mantêm relações sociais*" (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2004: 105). A compra do vestido, e mesmo o seu 'consumo', o fazem precisamente porque esses processos são capazes de engendrar interações e de corroborar a conformação da forma social. Desta forma, o consumo da cultura material, contribui e promove o incremento das interações, contribuindo para o processo de humanização do sujeito nas e das relações sociais.

Desta forma, podemos entender a cultura material utilizada e vivenciada na feira como um enunciado que reverbera na intersubjetividade, e que no fluxo interativo promove sentidos; assim podemos intuir a formação de cadeias de sentidos que são gerados, promovidos e reverberados por esses fluxos interativos. Igualmente, não seria possível chegarmos a uma essência de sentido gerado pelo objeto, pois seu sentido é intermitentemente e continuamente construído, alterado e conformado nos processos interativos, e só nesses processos tem sentido.

Apesar da precariedade das instalações, da falta de luminosidade, do calor, os boxes são plenos de roupas. Manequins e cabides saltam dos boxes reduzindo o espaço

do freguês, mas ocupando e enriquecendo visualmente e fisicamente o local. Ainda que dona Gilda reclame de sua suposta precariedade quando as coisas que vende – pois ela quer viajar para comprar e revender – seus boxes, assim como os das outras feirantes do local, estão cheios de roupas. “Ah, porque aqui é sossegado, né?! Tranquilo pra gente trabalhar. O movimento tá um pouco fraco, mas... dá, dá pra trabalhar aqui.” Quatro dos boxes de dona Gilda ficam ao fundo do local; e completa “Cinco com essa aqui, de criança” Ela ainda possui o box em frente, levemente na diagonal, todos estão cheios de roupa. Em dezembro deste mesmo ano dona Gilda já tinha adquirido mais um box, ao lado daquele onde ficam expostas as roupas de criança, Gilda completando assim seis boxes de exposição e, se consideramos o box destinado ao vestuário, dona Gilda perfaz o total de sete boxes.

Figura 54: Vista diagonal dos boxes de dona Gilda.



Fonte: Registro feito pela pesquisadora em 10 de dezembro de 2016.

Podemos ver na imagem 2 boxes e meio de dona Gilda. Do fundo vemos parte do box que tem o manequim sem braços com blusa-corpote vermelho e calça lycra-jeans e mais dois que o seguem em direção a direita indo até o manequim de blusa amarela que está ao chão. Do lado direito também podemos ver parte do quarto box de dona Gilda a, voltado apenas para roupas infantis, sendo que no interior do box ficam expostos calcinhas e cuecas para adultos também, além das infantis.

Desta maneira, observamos que dos sete boxes que dona Gilda possui eles se dividem expõe os seguintes tipos de confecção de acordo com o gênero. No da frente

ela expõe roupas infantis, calcinhas e cuecas, ao lado ela expõe roupa feminina, seu forte, segundo ela própria. O que fica em frente ao box de roupas infantis é utilizado enquanto vestuário. Três dos quatro boxes que ficam ao fundo são destinados somente a roupas femininas, e um único box, é destinado às roupas masculinas, em sua maioria para adolescentes – shorts e camisas.

A parte interna de um desses boxes voltados para roupas femininas são ocupados por adereços como brincos, colares, bolsinhas para festa, enfeites de cabelo e outras coisas no gênero.

Diferente de Madalena, que não viaja, dona Gilda, assim como as demais vendedoras de sua área, viajam e compram roupas para a revenda no Ceará, em especial e em Fortaleza e em Santa Cruz, Pernambuco. Para dona Gilda é fundamental viajar, assim como também para dona Alda. Quando dona Gilda não consegue viajar, sempre pede para uma das amigas trazerem algo para ela

“Às vezes quando não dá pra viajar, algumas amigas minhas que vão, trazem alguma coisa pra mim..., mas é melhor a gente ir mesmo, né?! Pra escolher... é melhor a gente mesmo. É porque tem movimento um pouco fraco aqui, né?! Aí tá difícil da gente conseguir dinheiro pa... porque a despesa é alta, também né?! Só de passagem a gente paga 500 reais... Ida e volta, porque a gente não vai só até Fortaleza, a gente vai até Santa Cruz, lá em Pernambuco...” (Dona Gilda 06/04/2016)

Não consigo perceber esta falta de roupa da qual dona Gilda reclama; mas, ao receber um freguês e não ter o que este procura, uma calça jeans, eu acabo por perceber! O freguês, acompanhado do filho de 16 anos, ao chegar ao encontro de dona Gilda cumprimentou-a seguido de seu filho que tomou a benção de dona Gilda. Acredito que seja afilhado de dona Gilda, mas não convém perguntar naquele momento. Estranho a conversa não ter tanta intimidade e noto que dona Gilda não lembra muito bem do nome dos dois. Interessante observar que, antes de olhar qualquer outro box os dois se direcionaram para o box de dona Gilda; ou seja, dando prioridade na venda a ela, só comprando dela não porque a mesma não tinha a mercadoria desejada, a calça jeans, nenhuma calça jeans. Sistemáticamente dona Gilda reclama dos baques que teve nos últimos anos; da sociedade que fez com uma moça ao abrir uma loja de 10. daquelas que tudo que ali existe é vendido a 10 reais.

Não tendo a calça a dispor para venda, dona Gilda o encaminha a uma amiga feirante, logo do box mais à frente, mas pede a calça e acompanha a venda para que seu

freguês seja atendido e saia satisfeito. Negócio fechado, das três calças ofertadas e experimentadas, ele ficou com uma.

Essa relação rápida e aparentemente banal, podemos observar o respeito estabelecido entre as partes no ato da benção de dona Gilda; o menino estende o braço e, ao levantar o braço já sinaliza a dona Gilda o pedido da benção falando, “bença”, para que dona Gilda lhe pegue a mão e este a beije; desta maneira dona Gilda retribui o beijo na mão do menino ofertando-lhe sua benção.

Outro movimento importante foi o comportamento de dona Gilda face à satisfação do afilhado. De acordo com as normas do local, nenhum feirante pode pegar o possível freguês pelas mãos, caso não tenha o que ele deseja em seu box, e o levar a uma feirante amiga. A norma ali estabelecida é deixar o freguês livre para parar onde bem lhe aprouver, sem precisar ser levado pela mão de uma feirante a outra. Desta forma, dona Gilda queria satisfazer e acompanhar o desejo do afilhado, mas, ao mesmo tempo não romper com a norma estabelecida. Assim, discretamente, sem sair do local onde se encontrava, dona Gilda apenas pergunta para a feirante a frente, que estava próxima e em boa posição, se ela tinha calças jeans para o garoto ver.

Observando a relação de Arlete com Madalena, assim como a de Amanda com Sandra, da mesma forma a de Gilda com o afilhado, podemos evocar aqui que estas relações estão, ali, naquele momento, pautadas pela intersecção da matéria. Assim podemos observar que a matéria, a coisa, porta qualidades que vinculam (MESKELL 2005:4) feirante e freguês, pesquisador e pesquisado, madrinha e afilhado. A matéria, as coisas que vende dona Arlete e Madalena, é o motivo, ali, de sua proximidade. O mesmo ocorre com dona Gilda e o afilhado, que há muito não se viam – dona Gilda confessou-me ter temporariamente esquecido o nome dele. O mesmo com Amanda e com Sandra. No entanto, convém observar que os níveis de sociabilidade e de socialidade (SIMMEL, 2006) são diferentes, porque cada uma dessas pessoas funciona como um elemento da forma a qual estão construindo, ou corroborando para a construção. Ainda que eu tenha um outro interesse, é através daquelas coisas, daquela cultura material, que estabeleço contato com os frequentadores da feira. Sem a coisa, sem aquela materialidade, teria sido mais difícil, talvez, impossível, estabelecermos uma relação.

Capítulo 5

Retratos sensoriais: As sensibilidades na feira

Ver, escutar, saborear, tocar ou sentir o mundo é permanentemente pensá-lo através do prisma de um órgão sensorial e torná-lo comunicável. (LE BRETON, 2015a: 25)

5.1 Formas sensíveis

A feira, tal qual ela se apresenta, é o resultado de uma justaposição e de uma interação entre os elementos – cores, materiais, mercadorias, sons, odores, temperatura, pessoas - que a conformam, resultando desta interação uma vivência individual e coletiva, simultâneas. Assim, um frequentador ordinário que adentre a feira a percebe, também, enquanto uma imagem, pois participa da construção dessa imagem, seja uma construção individual, seja coletiva. Afinal, como bem colocou Huygues a propósito do homem contemporâneo (e eu me pergunto se isto não seria pertinente a qualquer homem em qualquer tempo) “*Os choques sensoriais conduzem-nos e dominam-nos; a vida moderna assalta-nos pelos sentidos, pelos olhos, pelos ouvidos*” (HUYGUES, 2009: 9).

Desta maneira, compreendemos imagem como aquilo que é apreendido pelos sentidos e corrobora para a criação de uma paisagem (BALÉE, 2008; BENDER, 2002), esta, também, mental; neste sentido a imagem também pode ser compreendida como uma paisagem, ou conjunto sensorial de elementos e sensações, que pode engendrar uma imagem ou paisagem mental.

Quando falamos em imagem estamos falando de algo que vemos também com os olhos da mente, esses olhos que escapam da fisicalidade da materialidade do corpo biológico e alcança, digamos, o corpo cultural. Assim, qualquer pessoa que ao aproximar-se, utilizando qualquer sentido, pode ao perceber a feira, transformá-la em imagem. Portanto, utilizo o termo imagem, seja quando falo da materialidade visual do box, seja quando falo da percepção que os sujeitos possam ter do box.

Assim, podemos apontar algumas de nossas percepções, obtidas através de nossos sentidos que colaboram para a conformação da feira tal qual a conhecemos e a concebemos. Entre elas podemos evocar justaposição das cores externas e internas dos boxes e no seu conjunto, no enquadramento que elaboramos ao vermos; na relação que se estabelece entre boxes congêneres e próximos, entre pessoas, entre as coisas que conformam a feira, conforma-se em quem a isto vivencia – o frequentador da feira, uma imagem ou uma paisagem (BALÉE, 2008; BENDER, 2002). Identificar as cores com as quais os boxes são pintados era mais evidente no período de revitalização do mercado de carne, ou seja, quando os boxes estavam todos para fora do mercado, tomando a calçada que dá para a Av. José Bonifácio e para a Passagem Mucajás, estendendo-se pelo meio da rua da passagem Mucajás, ocupando-a totalmente, assim como tomando o beiral, o meio fio, da rua da Av. José Bonifácio.

Procuramos aqui pintar com as cores das nossas sensações, aquelas já pintadas pelos sentidos, os retratos das paisagens sensíveis de nossa experiência no campo de pesquisa.

Primeiro Retrato

Com o madeiral temporário – os frequentadores da feira sabiam dessa condição de temporalidade – os feirantes podiam quebrar com a normatividade imposta pela Prefeitura, como observei anteriormente, e apropriando-se de seu pequeno espaço, impondo assim certa condição pessoal. Apesar de notarmos, de maneira mais livre uma regulamentação dos espaços destinados a cada área, havia também certa desregulamentação do espaço, pois nem o espaço concedido era suficiente para abrigar toda a feira, nem o que foi concedido para o feirante era suficiente para abrigar seu box ou sua necessidade. Assim, por mais que a Prefeitura quisesse balizar o espaço dos feirantes, e tivesse conferido a eles boxes mínimos e insalubres¹⁴⁶, a própria necessidade (comercial, estética e/ou imperativa da troca e da vida que se move) fazia com que os mesmos se estendessem para fora de seus espaços exíguos.

¹⁴⁶ A questão da higiene fora evocada com frequência pelos feirantes e demais frequentadores da feira. Todas as vezes que perguntávamos sobre o que eles não gostavam, quase que em sua totalidade as respostas eram sobre a sujeira, o mau cheiro e a falta de higiene; principalmente quando os feirantes falavam da época anterior a revitalização, ou seja, antes de 2012.

Como exemplo dessa distensão e extensão do espaço, podemos evocar a utilização das cores que ampliam a perspectiva do espaço e se projetam para fora do espaço material. Penso que esta foi a intenção da Prefeitura que uniformizou a cor do espaço, laranja, procurando dar esta sensação de amplitude ao tentar uniformizar aquele espaço. Observe a figura abaixo, e note que da maneira como o laranja foi pintado, projeta, para o frequentador da feira, o espaço para o fundo.

São dinâmicas intersubjetivas que constroem uma forma de ocupação do espaço, mesmo daqueles espaços subjetivos, que não chegam a se materializar, mas evoca, através do som, da cor, uma amplitude que vai para além da materialidade do box. Como exemplo, referimo-nos a outros ambientes onde o elemento utilizado para a ampliação do espaço é o espelho e a pintura de cor clara e/ou o branco. O que não seria o caso da feira, visto que o espelho é um elemento caro e luxuoso, encontrado na feira, em sua maioria, quase em formato 3x4; somente maiores em alguns boxes que vendem roupa no mercado destinado a esta mercadoria.

As cores que dominam no interior dos boxes são o laranja, seguido do verde, em seguida o amarelo e vermelho. Outras cores como o azul e o lilás estão presente, mas em menor frequência. Isto ocorreu porque a Prefeitura concedeu apenas três cores para a pintura dos boxes, o laranja (marca da gestão de então), o amarelo e o verde; as demais cores foram adquiridas pelos próprios feirantes que encontraram, assim, a possibilidade de se diferenciarem dos demais.

No interior deste mercado, a iluminação era – e ainda o é no anexo no complexo do industrializados – precária; seja dia, seja noite, o que evidencia a necessidade da utilização de cores mais fortes e quentes o que, provavelmente, não ocorre somente por este motivo. O clima da cidade é quente e seu sol é forte o que altera a cromaticidade da cor e a percepção do feirante. Observamos que a intensidade da luz altera a percepção visual das cores, pois, como se sabe, é a luz, ao contato com os olhos, que produz a cor. Como vivemos sob um sol e uma iluminação forte, nossa tendência é aplicar cores que vibrem, pois, cores claras são pouco percebidas; já que, nessas circunstâncias, uma cor clara, de baixa intensidade da luz, causa baixo impacto visual diante de forte luminosidade.

Figuras 55 e 56: área dos açougueiros em agosto de 2011.



Fonte de ambas as imagens: Pesquisadora.

Essa aplicação de cores já é resultado de uma percepção de mundo, seja esta percepção corroborada pelo clima, seja ela uma resultante da relação homem/clima/natureza, ou ainda, seja a construção de certa paisagem mental, ou seja, de certa interferência do homem no meio em que vive, fazendo-se assim cultura. O espaço concedido à feira e ao feirante é conformado no imbricamento das relações, na interação dos que se apropriam daquele espaço - Quando falamos de interação aqui, é da interação de todos os elementos que conformam a feira, sejam estes humanos/humanos, coisa/coisa, humano/coisa, pois “*os objetos, as relações físicas e humanas que eles implicam não podem ser reduzidos a mera materialidade, nem a meros instrumentos de comunicação ou distinção social*”¹⁴⁷ (ROCHE, 1997: 11), mas os conformam de acordo com seus ideais estéticos, de sensibilidade e de gosto, ainda que limitados pela oferta disponibilizada a eles. Ou seja, a percepção de espaço e a apropriação deste, refletem uma percepção de mundo que, por sua vez, reflete uma interação, uma sociação, que é uma *forma* de estar no mundo. Reflete ainda uma recepção e uma reverberação do universo cultural onde a cultura material – ou seja, tudo que aquelas interações produzem – é gerada.

Falar sobre a presença sensorial da cor não é fácil, e deve ser contextualizada, pois sua presença sensorial geralmente é intraduzível. A cor faz parte do universo sensorial, ou seja, não racional¹⁴⁸. Ela excita os sentidos, excitação esta que é “*própria da cor e que não existe em nenhum outro elemento visual*” (OSTROWER, 1983: 236). Mas, apesar de sensorial, sempre há um motivo na escolha da cor, um motivo que se racionaliza, mas que não se confirma de maneira homogênea, pois “*a expressividade da cor dependerá das funções que desempenhe*” (OSTROWER, 1983: 235), e a busca da expressividade é pessoal, social e circunstancial.

Há na feira uma sobreposição de cores diferentes. Ou seja, há pouca variedade de tons e muita diversidade de cores. As cores são bem definidas. O que é verde, é verde e precisa ser diferente da cor de outro elemento. Ambas as cores serão dominantes e, assim, ambos os elementos serão bem evidenciados, ainda que ambos saltem aos olhos,

¹⁴⁷ Como no original: “*les objets, les relations physiques et humaines qu’ils entraînent ne peuvent se réduire à une simple matérialité pas plus qu’à de simples instruments de communication ou de distinction sociale*” (Roche, 1997: 11). Tradução livre da pesquisadora.

¹⁴⁸ Evidentemente há quem utilize as cores de maneira racional, como por exemplo os profissionais da publicidade, do marketing e da mídia. No entanto, ao utilizar as diferenças cromáticas para atingir seus objetivos, esses profissionais lidam com a sensorialidade dos sujeitos aos quais dirigem suas mensagens, pois estes indivíduos não refletem sobre as cores em si mesmas, mas sim sobre as informações que, por meio delas, são veiculadas.

guerreiem ou locupletem-se. O importante é o impacto causado pela informação. Mas, vejamos a imagem abaixo:

Figura 57: Imagem do box de seu Tarcísio durante a revitalização do mercado da carne



Fonte: pesquisadora, registro realizado em setembro 2012.

O permissionário do box manteve a cor verde, que predomina na maioria dos boxes, mas colocou um compensado ao fundo, impedindo a entrada de luminosidade através das frestas entre as tábuas corridas que compõem o complexo de boxes do mercado de então. Quando o permissionário faz isto, ele corta com qualquer possibilidade de interferência na leitura do nome de seu box, ele também mantém o nível de iluminação equilibrado no interior de seu box, contribuindo com uma menor interferência da luz externa, daquela que vem da rua, e que pode atrapalhar o cliente de escolher seu box, podendo o cliente olhar melhor a carne ofertada sem a interferência da luminosidade, que viria do exterior, do fundo do box, refletida diretamente em seus olhos. Além, e tão importante quanto, o permissionário evidência o nome de seu box, que toma mais de 60% do total do compensado, "Box do Tarcísio". Se observamos mais atentamente a palavra "Tarcísio", que é de fato o que identifica o box, tem a fonte (letra) maior que a palavra "Box do". Ora, segundo seu Tarcísio a palavra 'box' é usada por todos ali na feira, mas Tarcísio, é só dele. Outros elementos que expande o nome do box é a cor escolhida por seu Tarcísio, o azul cromático, em seu pique de cor. Um azul mais forte ou mais fraco do

que este utilizado por ele, em relação ao bege do compensado, diminuiria o impacto visual do nome do box. Outro fato importante é que, localizado na área das carnes, pois seu Tarcísio é açougueiro, ele não utiliza o vermelho - uma cor primária chamativa, cor da carne, a principal mercadoria daquele local; cor esta que apela aos sentidos de maneira mais direta -, mas ele dá ênfase ao azul, cor também primária, mas cor que ali, naquele contexto, o diferencia do restante dos boxes e das cores utilizados naquela área - do verde, do vermelho, do amarelo e do laranja. Essa diferença fica mais clara para nós que frequentamos a feira, quando, ao passarmos pelo corredor da carne paramos à frente do box referido, onde estão expostas as carnes, vermelhas, com o fundo bege com letras grandes em azul. Ou seja, resumindo, ele retirou o impacto da luz do sol ao entrar pelas frestas com o compensado, nivelou e acalmou o frequentador da feira, possível freguês, colocando uma cor neutra ao fundo - com a cor bege do compensado, e aplicou uma cor viva e em seu ápice para chamar atenção ao seu box e dizer quem ele o é, diferenciando-se de seu entorno.

Se o bom gosto pode ser traduzido como um sentido pleno de realização, seu Tarcísio conseguiu alcançá-lo através de suas escolhas; ou melhor, através da materialização de sua interação – presente no uso das cores, presente no tipo de letra, por exemplo - que corroborava para a construção daquela forma social. Uma adequação entre as coisas das quais ele dispunha – sua vivência, a tinta, material disponível; um *savoir-faire* - com a sua própria vivência de mundo; dentre essa vivência, os seus próprios sentidos.

Podemos observar na imagem abaixo, nas sequências de boxes, como a cor identifica um box. Importante salientar que a cor utilizada, a priori, foi escolhida e doada pela Prefeitura; no entanto, isto não limitou as escolhas dos feirantes. Podemos observar certa necessidade de diferenciação - já salientada no caso de seu Tarcísio -, mas está limitada, algumas vezes, pelas questões orçamentárias e acomodação às circunstâncias, dirigidas pela percepção¹⁴⁹ de cada feirante em relação a seu box e a seu tipo de mercadoria que comercializa.

Figura 58: Imagem dos Açougueiros atendendo fregueses durante o período de revitalização

¹⁴⁹ De acordo com Merleau-Ponty (1945), percepção é o resultado da confluência entre experiências sensorial e intelectual do indivíduo.



Fonte: pesquisadora, registro realizado em setembro 2011.

Assim como no box de seu Tarcísio, nos boxes acima e que se seguem nas imagens abaixo, há uma composição entre a cor de fundo e a cor do primeiro plano, que geralmente é o nome do box. Box de cor laranja ao fundo e com letras/fontes dos nomes nas cores verde ou preta; box amarelo, com letras nas cores preta e/ou vermelha. A ênfase na escolha das cores, como já apontei anteriormente, são pelos tons saturados de alta cromaticidade. Além do que, outro fator importante a ser considerado é que o movimento visual¹⁵⁰ se direciona rumo aos contrastes que dinamizam a imagem; assim, podemos observar que os movimentos visuais são engendrados na contraposição de cor com cor, funcionando da seguinte forma: tons cromáticos, intensos aproximam-se, saltam a frente em direção aos olhos de quem vê; tons escuros e acromáticos, recuam, vão para o fundo, afastam-se de quem os vê. No entanto, para que isso ocorra, e o feirante sabe como utilizar essas cores, como combiná-las para que este movimento visual ocorra. E sabe não porque estudou a função e a percepção das cores em alguma academia, mas sabe porque sente e percebe o mundo em seu entorno e interage com ele. O permissionário sabe que não pode

¹⁵⁰ Entendemos o movimento visual segundo Ostrower (1983: 34), enquanto “princípio configurador de espaço e tempo”; ou seja, o caminho e o tempo que percorre a percepção do observador ao olhar uma imagem, qualquer imagem.

utilizar a mesma cor, como se fosse um tom-sobre-tom para chamar a atenção de seu box; mas sabe que precisa utilizar cores diferentes, para que aquela cor que estivesse mais próxima do tom cromático ou puro, pudesse sobressair do fundo, enfatizando o nome do box, ou seja, enfatizando a informação mais importante – foi isto que vimos no “Box do Tarcísio”. Ou seja, esta relação de cores – de fundo e de primeiro plano - faz com que as cores utilizadas nas letras devam ser mais intensas/puras/cromáticas em relação a cor do todo, onde ela está sobreposta. Este é o jogo estético. É no contraste, que provoca tensões espaciais e perceptivas, do todo que se concentra no centro, no ápice, do que deve ser visualizado, no caso “Box do Antônio”, “Box do Tarcísio”, “Box do Reis”...

O propósito do jogo visual é atrair, demarcar uma identidade para o box e, também, agradar, no sentido de chamar atenção do freguês para o box em questão. Do mesmo modo, as letras ou a tipografia usada nos boxes que, apesar do caráter linear, são colocadas levemente, em sua maioria, quando se trata do nome do box, em itálico, ou seja, escritas em um ângulo inferior a 90°, o que evoca ligeira oscilação e movimento aos sentidos, dá dinamismo à imagem do box. No entanto, e isto é interessante observar, quando se trata do nome do produto e do preço, a letra volta ao corpo ‘romano’, perfazendo um ângulo de 90°, um corpo, ereto, não dinâmico, portanto mais estático, o que evoca força e precisão. A imagem 59, mais à frente, retrata bem o que acabamos de observar.

Abaixo podemos observar a imagem do box do Sr. Reis. O box foi pintado na cor lilás e com letras em verde. Ambas as cores, apesar de quentes, foram colocadas em um tom mais ameno, mais calmo, mais frio. Interessante notar que a conjugação inusitada do roxo com o verde foi amenizada pelos tons mais suaves de ambas as cores. Em uma relação inversa, ou no contexto dos códigos de composição de imagens, seria, dentro de uma visão mais tradicional, colocar a cor mais clara ao fundo e a mais escura “por cima”, ou seja, nas letras, fazendo com que o nome salte aos olhos, evidenciando-o, em relação ao elemento de fundo. No entanto, observamos que o resultado estético foi interessante, visto que o box do seu Reis se sobressai do box vizinho, na lateral, pela cor inusitada, assim como o nome do box se sobressai do fundo, ainda que de modo inverso. Mesmo sem conhecer as regras de composição, a intenção de seu Reis, de chamar atenção para seu box, foi concretizada. Na imagem seguinte podemos ainda observar não somente a imagem do box do seu Reis, mas os boxes de outros açougueiros, vizinhos de seu Reis, e que, na composição das cores de seus espaços também procuram se fazer evidenciar. A

maestria na ocupação do espaço físico e visual se evidencia, e eles conseguem realizar seus objetivos plenamente; assim constroem seus lugares, aqueles que refletem suas percepções.

Essa mesma peculiaridade no tratamento de conjugação do espaço e da cor, assim como os demais elementos presentes naquele espaço, faz com que haja uma guerra visual à percepção de quem chega ali na feira. Não sabemos onde fica o ponto de apoio ou de referência, a feira assim torna-se uma instalação de múltiplos pontos de fuga, onde convergem e desconvergem múltiplas formas interativas. No entanto, convém lembrar que “toda indicação de espaço contém para nós associações expressivas” (OSTROWER, 1983: 40); e na feira isto não é diferente. Nos inserimos e somos inseridos nele.

Figura 59: Box de venda de carne durante o período de revitalização do mercado de carne em agosto de 2011.



Fonte: pesquisadora.

Ainda que o caso de seu Reis seja exceção, dentre tantas outras, no contexto da feira, dificilmente encontraríamos aí escalas com tonalidades próximas de uma mesma cor. A intenção é chamar a atenção, portanto cores diferentes na composição da imagem do box era fundamental. Podemos notar que é direta a referência para o conteúdo expressivo, e a cor é um desses elementos dos mais expressivos, sem que ela precise de

um símbolo intermediário para se fazer sentir (OSTROWER, 1983: 41). A cor pode evocar o traço, aquele traço evocado por Derrida (1979).

Na utilização das cores, dos elementos decorativos – como cartazes, etc. – de instrumentos de trabalho, dentre tantos outros objetos e coisas que fazem parte da cultura material de uma sociedade, e que estão na feira imbricados, ao comporem uma imagem, esta produz um conjunto de sentidos. Ou seja, os feirantes, à sua maneira, além de produzirem sentidos - visto que, ao conformarem uma imagem, uma paisagem, eles conformam um espaço, portanto eles expressam sentidos e significados - eles produzem traços (DERRIDA, 1979), ou seja, aquilo que nem sempre identificamos, aquilo que nem sempre significa ou dá sentido a algo, mas que lá está e dialoga, pois não está captado pela racionalidade, mas talvez pela sensação, ou pela percepção, pela sinestesia. Desta maneira acompanhamos o pensamento de Ostrower que observa que é "*Através de nossa sensação de estarmos contidos num espaço e de o contermos dentro de nós, de o ocuparmos e o transpormos, de nele nos desequilibrarmos e reequilibrarmos para viver, o espaço é vivência básica para todos os seres humanos.*" (1983: 30).

A partir do que foi ressaltado acima, podemos observar agora em um box concedido aos peixeiros, box este ainda provisório como os demais aqui observado – mas que, por ser provisório, abre espaço, como já observei, para que o feirante, no caso aqui de Pingo, possa interferir nele sem a mediação da administração; ou melhor, com uma mediação reduzida, podendo utilizar as cores, as fontes que melhor lhe agrade, sem passar por uma uniformização dos boxes da feira. Isto abre espaço, também, para que nós possamos nos aproximar da compreensão do que seria essa construção do sensível e do gosto na feira.

Pingo ressaltou em preto um salmo da Bíblia, aquilo o que seria, ali, importante, está em preto, cor enfática e estática – apesar da letra, em itálico, ter seu dinamismo – e que pouco dialoga, mas diz para que veio, firme e certa, abençoar o box e demonstrar enfaticamente a sua crença. Abaixo, em vermelho, ressaltado do fundo amarelo claro, quase bege – pois fora passada malmente uma mão de tinta –, também com o corpo da letra levemente em itálico e, para diferente da letra de cima, este tipo de fonte foi feito, também, para sobressair. Aqui a letra parece saltar aos olhos por evocar uma terceira dimensão, como se ela fosse grossa e estivesse para fora do fundo, do amarelo do box, saltando na direção de quem o olha. Isto foi dado pelo traço em cor preta colocado ao lado esquerdo de cada letra, acompanhando-as. Entre o traço preto e a letra em vermelho,

há uma espécie de ‘vazado’, e é justamente este vazado que dá a sensação de uma outra dimensão – mais dinâmica –, a terceira, para além de uma dimensão estática, a de fundo, composta apenas por altura e largura.

Figura 60: área dos peixeiros em agosto de 2011



Fonte: pesquisadora.

Além de evocar uma terceira dimensão, o fato da fonte estar em itálico, sugere movimento, dinamismo. Ou seja, foi utilizada características estéticas que evoca uma terceira dimensão e movimento em um só elemento, o trabalho ‘Talho’ e o nome da ‘permissionária’ do box, Pingo, o diferenciando dos demais.

Essas escolhas de cores, pelo que pude observar, estavam pautadas pelas cores disponibilizadas aos feirantes, pela Prefeitura; pelo orçamento do feirante e, por suas escolhas. Como já observei, nenhum feirante tem curso superior e nem, tampouco, um curso sobre percepção visual ou arte, ou cursos correlatos. No entanto, eles vivenciam uma forma de estar no mundo e, através de uma paleta de elementos materiais – como cores, texturas, sons, madeira, divisórias, etc. – e sensoriais de toda ordem - sejam visuais

ou sensitivos, advindo de outros sentidos ou mesmo da interação destes - que lhes são disponíveis, eles são capazes de formular e concretizar uma sensibilidade, assim alcançando o outro, o freguês. O box, os elementos com os quais o box é construído – mercadoria, cores, formas, etc. – são elementos que funcionam como meio de interação que corroboram para a construção daquela forma social.

Neste espaço provisório, a uniformização limitou-se à confecção do box em madeira, altura e material utilizado; assim, tudo aquilo que disto escapasse deixa o feirante livre para melhor manipular seu espaço de trabalho. Efetivamente, suponho que, com essa habilidade, ou percepção sensível, os feirantes alcançaram o objetivo de chamar a atenção para seu box, sua venda e sua mercadoria incrementando a interação que o estar na feira proporciona. Desta maneira, pude observar que muitos frequentadores da feira evocam a sensação de conturbação da feira a partir das condições de informação que os envolvem, seja através da percepção visual, seja através da percepção audição, ou olfativa, odores, da sensação tátil do calor; mas principalmente das sensações advindas das percepções e sensações nas quais essas os sentidos se correlacionam, ou seja, não são sentidos de maneira isolada. Assim quando um frequentador da feira evoca o odor, ele sinaliza com o corpo também o calor e demais sensações que não são meramente táteis. Um exemplo que posso evocar de como ocorre essa confluência de sentidos é ao conversar com dona Lorena, da goma, pude observar que quando ela reclama com frequência do barulho para falar “*dessa perturbação que dá até dor de cabeça*”¹⁵¹, ela pega seu pano de enxugar as mãos e se abana, passa-o no rosto para retirar o suor e volta a abanar-se, evocando assim, com seus movimentos corporais, o calor que seu corpo sente. A maneira como ela se movimento.

Ao contrário de dona Lorena, dona Lulu evoca este mesmo barulho para falar do “*alvorço da feira*”¹⁵². Ou seja, todos os outros sentidos parecem amortecerem-se diante daquilo que se faz proeminente, daquilo que é ouvido, pois a extensão espacial do que é ouvido é mais ampla do que aquilo que é visto ou sentido através do olfato, no entanto, sem necessariamente, dependendo do grau, estar desvinculado, pois há uma interação entre os sentidos (LE BRETON, 2015), e o visual pode se fazer tão auditivamente perturbador quando o sonoro, como bem colocar Ingold “*para pessoas com visão, os*

¹⁵¹ Dona Lorena, em entrevista em 14 janeiro 2017.

¹⁵² Dona Lulu, em entrevista realizada no dia 02 de outubro de 2012.

olhos são parte do sistema perceptivo para escutar, tanto quanto os ouvidos são parte do sistema para olhar. Até esse ponto, visão e audição são mais intercambiáveis do que diferentes.” (2008: 3). Deste modo, entendemos que na feira a demarcação entre os sentidos se faz inexistente; não há lugar sem som, sem luz, sem cheiro, sem coisas, ou ainda, sem paisagem que preencha esses sentidos; tampouco um lugar desprovido de elementos que preencham esses sentidos e os demais sentidos evocados por Soesman (1998) elementos estes que atuam na experiência do homem ali, ao viver a feira.

Segundo Retrato

A visão não trabalha só, não é o único sentido a trabalhar quando interagimos, ela não funciona de maneira isolada, “*O corpo sente, ele é a profusão do sensível, ele é incluído no movimento das coisas [e de um mundo] e se mistura a elas com todos os seus sentidos.*” (LE BRETON, 2015a: 11), mas só é possível esse sentir do corpo porque a ele é inerente os sentidos; *os sentidos são a matéria produtora de sentido* (LE BRETON, 2015a: 12), a esses sentidos que comumente conhecemos. Mas como eles funcionam quando adentramos a feira? Vamos brevemente dar uma volta por ela...

Quase invariavelmente chegada na feira é agitada, o calor e o sol quente na pele fazem-nos andar mais depressa na busca de uma sombra qualquer, um pequeno guarda sol armado onde um senhor vende alguns biscoitos, uma árvore ainda pobre em galhos e folhas, mas qualquer coisa serve para esfriar o contato do sol com a pele; apresso o passo para chegar mais rápido na parte coberta da feira, o mercado de carne. No entanto observo que muitos ali não me parecem apressados; não estão preocupados em pegar uma sombra; batem papo uns com outros sem me parece, sentir aquele sol que para mim é escaldante; outros, mais advertidos ou acostumados do que eu a andar a pé por ali usam sombrinhas; geralmente são mulheres, só vejo as mulheres de sombrinha, mas não são muitas, umas e outras, jovens e mais idosas.

Ao andar vou me aproximando do mercado e também do cruzamento das ruas, o trânsito se intensifica; o som também, seja de buzinas, seja dos motores de veículo motorizados - são de carros e ônibus, as camionetes e as motos e uma pequena parafernália de veículos-gambiarras que funcionam como mídia popular como as *bikesons*, as motos-sons, os carros-sons, dentre tantos outros que não saberia qualificar pois estes vão do Fusca à pequenos trios com imensas caixas de som acopladas em seu

corpo. O barulho de motores é acompanhado do som de buzinas, das músicas e das publicidades sonoras. Aos poucos vou identificando alguns desses sons e posso escutar de maneira mais nítida, colocado para sobrepor os demais sons, a música “Pode Chorar”,

*Se a vitória não chegou,
Pode chorar, pode chorar
Chore aos pés do salvador
Pode chorar, pode chorar
O crente não chora em vão
Deus estende a sua mão
Meu irmão, pode chorar*

Trata-se de um sertanejo universitário gospel, cantado por Suellen Lima. Um carro vem trazendo este sucesso. Não, ela não estará fazendo um show em Belém, é somente uma forma que a pessoa teve de partilhar aquilo que gosta, pois não se trata de um carro-propaganda, ele não está fazendo, também, nenhum tipo de publicidade comercial; ele só está colocando a música na altura que lhe convém. Assim o faz quem está no carro, conduzindo-o e, assim, partilhando sua preferência musical conosco, através do volume acentuado da música.

Conforme o carro vai afastando-se do ponto central da feira, esse cruzamento da Av. José Bonifácio com a Av. Barão de Igarapé Miri e a Passagem Mucajás, a intensidade da música vai diminuindo e aumenta o barulho dos motores de veículos, das buzinas, do cachorro que late e dos zumbidos feitos pelo vozerio de quem ali está. Dirijo-me em direção do mercado coberto de carne, e assim o adentro, ao som de vozes que, aos poucos, de acordo ao local que ando, vai tomando forma. Entro pelo corredor da carne.

Bom dia querida; posso ajudar? Minhas divagações são cortadas pela pergunta gentil do feirante.

Outro senhor pega uma carne e coloca em cima do balcão para o freguês olhar. “*Quanto, quanto?*” Um som alto de motor de moto atrapalha o meu escutar, passa um carro veiculando um mercadinho próximo “*E aí amor?*”; risos escapam. Outra música ocupa o ambiente ajudando no tumulto. Muitos risos, expressões corporais tomam o espaço da carne “*Valeu!*”. “*Tenho uma carne aqui?*”... “*peráí?*”. O calor se faz intenso. “*Teu pai?*”. A música volta, e com alguns segundos se vai “*meu coração?*” “*quanto tempo... quanto tempo tu vens?*” “*Diga amor?*” “*e rapaz... vou sair daqui rsrsrsrs*”.

Assovios. Gargalhadas. “*Tu vais ver.... ah porra... miserável, também... “Hei corno devolve nosso pratinho”*”. E o brega comendo ao fundo. Espirros. Telefones tocam. Outra música se sobrepõe ao ambiente, parece o *arrocha*.... A música diminui e se evidencia a publicidade de uma festa já acompanhada de uma nova música que surge repentinamente “*amanhã é sexta, peixe preto vai rolar, na casa da África na Wandenkolk, peixe preto com feijão com uma Cerpa Golden na mão... trrrrrrrrrrrrrêees dois quarenta e um noventa e cinco zero zero (bem tremido)*).

Atravesso a rua e vou até a esquina onde é vendido costumeiramente móveis de madeira, geralmente em angelim; decido objetivar minha ida a feira e comprar um cabide de madeira; talvez assim a feira fique mais assimilável e, registrando em um pequeno gravador tudo que vivencio, registrando o que me for possível, vou até o local por onde os moveleiros vendem sua mercadoria. Não os encontro. A venda daquele tipo de mercadoria é esporádica. Pergunto a uma senhora se ela sabe onde vende cabide de madeira, “*hum... cabide de madeira por aqui... num tem ninguém, não!*”, me fala meio descrente, pensativa, virando a cabeça em negativa e fazendo com a boca um sinal de descontentamento, sua expressão muda ao me responder. Observo que o descontentamento é porque eu não posso encontrar aquilo que procuro, e, em solidariedade a mim, ela ‘também’ fica descontente, afinal, como não encontro o que procuro, ela pensou que eu estaria descontente. Como um sinal de agradecimento e empatia, retorno expressando, através da expressão de meu rosto e de minha fala, um descontentamento igualmente. Quero agradá-la como ela me agrada. São sensações, imagino, que a predispõe a comportar-se dessa maneira frente a mim, assim como eu a ela. Mas essas sensações são geradas não apenas por sentimentos ou sensações sem um *background* que a ajude a formulá-las, elas advêm de uma disposição pessoal sim, mas sobretudo cultural do comportamento humano.

Podemos avançar e afirmar que os "fatos do sentido" são sempre um produto do con-sensus - isto é, de sentir junto com outros. A percepção é uma atividade social na medida em que é condicionada pela cultura e não pode ser pensada exclusivamente em termos de atividade neural." (HOWES, 2013: 9).

Nessa troca de sentidos, de partilha de simpatia, de desapontamento frente a falta do cabide, há uma maneira na qual nos doamos ao outro; a dádiva¹⁵³ (MAUSS, 2003) aqui é imaterial. Nos colocamos como iguais, sentindo as mesmas necessidades, nos solidarizando com a falta do cabide, há um sentimento de reciprocidade, que nos iguala (MAUSS, 2003). Agradeço a ela, e para que seu descontentamento passe, digo que não tem problema, que vou até a ‘Pequeno e Grande’, e que talvez eu encontre o que eu estou procurando por lá. Nos despedimos e sigo andando pela Av. Barão de Igarapé Miri.

Se a percepção requer prática, então é uma habilidade, e onde há habilidade, há cultura, e onde há cultura há história. Quão profunda é essa história? Marx afirmou que "a formação dos cinco sentidos é um trabalho de toda a história do mundo até o presente (HOWES, 2003: 205).

A música muda, agora escutamos um pagode “*Eh rapaz, já contei muitas piada aqui... só que nem caboco*”. “*Ah foi aqui olha*” uma senhora mostra para outra onde tinha comprado a última roupa. Observo as lojas “*Minha filha não fez nada porque estou ficando na ponta*”, “*só não achei a caixa, uma caixa pra ele*”. O ruído, o som, o barulho, tudo que perpassa pela nossa audição é intenso; só uma certa concentração pode alcançar algum silêncio. Mudo meu foco para poder me concentrar melhor.

Talvez por não estar ali para comprar, com um objetivo preciso de fazer uma só coisa, comprar, e me abstrair das demais, pois meu objetivo é colher informações, ver, ouvir, sentir: ver a feira como ela funciona - com todos os elementos que a integram e a conformam - e de tentar ‘costurar’ tudo o que for possível para compreendê-la, me perco na polifonia que ela me oferece. Mas, quando falo polifonia, me refiro aqui aquela polifonia de sentidos que me atingem e, quase, talvez quase, me atordoe. Desta forma passo a chamar de polisensações (ou polipercepções) que me atingem e que mediam minha comunicação com o mundo (CORBIN 1991; 2006; HOWES, 2005; 2006)¹⁵⁴.

Sinto calor e um certo abafado que parece se intensificar pelo odor de carne que é intenso, que estender-se pelo ambiente, e que, acredito, chega a ser desagradável

¹⁵³ Quando oferecemos ou damos algo a alguém – em nosso entendimento de Mauss (1991), isso não implica uma ausência de interesse – e o objeto da dádiva é aceito, esse ato implica a uma relação social. Desta maneira, o ato de dar, receber e retribuir, implica a reciprocidade.

¹⁵⁴ Nessas obras Alain Corbin observa as subjetividades e as evasividades dos traços sensoriais e sugere a dinâmica comunicacional do contexto polissêmico dos sentidos. Howes compreende o corpo também como mediador de comunicação.

próximo a alguns boxes, aqueles que vendem vísceras. O odor entra pelas minhas narinas e pela boca, incomoda-me e não consigo discernir até que ponto ele me impulsiona para dali sair. Faço minhas observações incomodada, de alguma maneira; mas não consigo definir até que ponto ali me demoro ou não por conta daquelas sensações que não me agradam. Vejo a frente um cachorro com pira no corpo, quase sem pelo, atracado a um pedaço de sebo, sobra de algum feirante que, não tendo o que fazer com aquilo, resolver dar ao cão. A imagem não é agradável. Mas até que ponto é o odor ou a visão do cachorro me desagradam? Não preciso inteiramente, nem parcialmente; mas permaneço ali como todos. Percebo que não é a pira e nem a sujeira que me incomodam; mas a dor que aquele cachorro deve estar sentido e o fato de, naquele momento, me sentir incapaz de ajudá-lo.¹⁵⁵ Continuo a conversar com quem tem tempo para me dar atenção. Talvez por conta disso outro feirante o enxota com agressividade, mas também com certo deboche “*saê daêêêê, diabo*”, como se estivesse a brincar com o cão, que coloca o sebo na boca e o rabo entre as pernas, e sai por entre os fregueses na direção do corredor dos hortifrúteis.

Terceiro Retrato

Volto para a rua. A intensidade do som da rua modifica minha atenção. O calor e a intensidade do sol são extremamente fortes. Vou em direção a esquina e atravesso as lojas que ocupam a calçada com seus balcões e boxes de roupas. Muitas vezes não conseguimos identificar se os boxes e balcões pertencem a alguma loja ou a um vendedor independente ali instalado. Com o tempo começamos a identificar e a perceber a institucionalização daqueles espaços. As lojas, para não perderem a capacidade de atrair fregueses, colocam balcões nas suas calçadas, assim como fazem os vendedores da feira do Guamá que trabalham no prédio da farinha. Como é difícil, segundo eles, a venda no interior do mercado da farinha, eles colocam bancas na calçada, na Av. Barão de Igarapé Miri. Com o movimento das lojas em estender-se para fora, para a calçada pública, e, para proteger sua mercadoria do sol e da chuva, se fazem necessário toldos de proteção. Assim, por vezes, se formam túneis de roupas e demais mercadorias sombreados e agradáveis de se passar ao longo desta avenida. Observe na imagem abaixo o túnel formado na calçada

¹⁵⁵ A questão é: de que maneira questões éticas e morais atuam no campo e de que maneira driblamo-las para a realização da pesquisa? Por instante, esta ficará sem resposta. Acredito que cada pesquisador caberá a sua.

da Av. Barão de Igarapé Miri, calçada do mesmo lado do mercado da farinha, a esquerda no sentido UFPA-Centro:

Figura 61: Túnel de roupa, registro em 15 março de 2012.



Fonte: Pesquisadora.

Já na imagem abaixo podemos notar o túnel de maneira um pouco mais distante e perceber que diante da luminosidade exterior ele se torna escuro. O número de transeuntes deste lado da calçada é mais intenso em relação a outros pontos, talvez a sombra proporcione o conforto do passante, assim proporciona que a loja disponha de um espaço extra na calçada para apresentar sua mercadoria. Também podemos observar na referida imagem um vendedor com sua banca na calçada, já não da loja, mas de uma casa não comercial. Todos os dias seu Evaldo monta e desmonta sua banca.

Figura 62: Calçada do mesmo lado do mercado da farinha, a esquerda no sentido UFPA-Centro, registro em 15 março de 2012



Fonte: pesquisadora.

Sigo caminhando e converso com um e outro observando que quando se trata da calçada de uma loja, é a loja quem a ocupa, estendendo seu espaço de venda por onde passam as pessoas. Se se trata de um espaço não comercial, como uma igreja ou uma casa, um vendedor ambulante toma o espaço. Desta maneira, podemos notar que ao longo da Av. Barão de Igarapé Miri podemos encontrar uma diversidade de vendedores ambulantes instalados com suas barracas ou com seus burros sem rabos ao longo desta avenida. O mesmo acontece com o mercado da farinha e o de roupa, só coloca em sua calçada aqueles feirantes que possuem boxes em seus interiores.

Hoje a feira está lotada; está como todo feirante gosta. O espaço na calçada dos mercados é exíguo. Observe na imagem a seguir:

Figura 63: Calçada lateral do mercado da farinha à Av. Barão de Igarapé Miri.



Registro fotográfico feito no dia 23 de dezembro de 2016.

Vou novamente em direção ao mercado da carne. Paro na esquina e escuto um senhor reclamando do mormaço. São quase meio-dia. Peço licença e me sento em um pequeno e alquebrado banco de madeira que não sei a quem pertence! “*Diga minha querida*” um vendedor tenta me vender alguns cabos, sorrio “*Obrigada!*”. Outro carro-som, com música, passa e publiciza uma loja que fica na Av. Barão de Igarapé Miri. *Você paga 3,49 por quilo*. Não consigo entender direito, estava prestando atenção nas pessoas que tentavam atravessar. “*Você é uma perdição*” um novo carro com uma nova música passa lentamente no local. “*É seis, é seis de lá pra cá*”; “*Tá morando pra lá pra Benfica, é?*”; “*Tôooo!!!*”

O Samba agora anima o local. Não é um carro. É o som de Mariozinho, o vendedor de CDs da esquina do mercado da farinha, que ficou mais alto. Ele põe para tocar um CD a um possível freguês; as músicas vão se sequenciando sem acabarem. Outro som se interpõe ao sambinha que vai saindo do espaço auditivo e parece ir desaparecendo.

*Por isso eu lhe peço que venha depressa
Me aperte me abraça e não vá me deixar
Lá fora é tão frio e é triste a noite*

*Aqui eu não posso sem você ficar
E eu fico pensando nas coisas passadas
Nos longos caminhos que tive que andar
Na triste saudade que fere e mata
Naquele abraço que eu não pude dar...*

Música brega “Frases” de César Sampaio. Uma ambulância passa no cruzamento, e juntamente com o barulho da sirene da ambulância, o brega de Sampaio vai desaparecendo. O carro som não estava publicizando nada, só partilhava alto, bem alto, aquilo que quem colocou a música queira ouvir. Passa a ambulância e, ao desaparecer o som de sua sirene, desaparece também o do brega; parece que a feira cai abruptamente em um silêncio de, talvez, dois segundos! É a sensação que temos quando um ruído estrondoso às nossas percepções desaparece. Na verdade, é a nossa percepção que nos leva a este vácuo de som, pois os ruídos, sons, barulhos ali estão.

Na feira a polifonia e as poli e múltiplas sensações não são somente conotativas, são denotativas, está na música, nas expressões da fala, no linguajar. Conotativo são nossas impressões sobre o outro. A minha dificuldade foi imensa em tentar perceber a infinidade de manifestações que lá ocorrem! Sem sucesso! Impossível darmos conta do mundo! Quanto maior o barulho maior é a reverberação daquilo que está latente. E o barulho está também na confusão mental daquilo que é visto. O barulho, a intensidade do som, das imagens, dos odores, faz com que as coisas saltem de seus buracos, ou de sua quietude, ou de seu esconderijo. Acrescente-se a isso um certo desassossego sentido pelo corpo ao sentir o calor, ao bascular e contorcer o corpo, entre um e outro, para encontrar o caminho a seguir. Observemos imagem acima como as pessoas ao andarem, precisam se virar o tempo todo para poder passar e deixar o outro passar, para desviar de algo, para dar um passo à frente, para voltar, para virar-se e indagar, comprar, regatear, seja em direção a uma barraca, a um box, a um vendedor, a um amigo, a um feirante.

Ali, tudo parece gritar aos sentidos, fazendo com que aquilo que, aparentemente esteja calado, salte à percepção. Enquanto a música de Sampaio estava alta uma polifonia de vozes e de expressão surgiam ao mesmo tempo. O que pude reter foi o que pude gravar e reescutar, coisa que não poderia ter feito, pois só conseguia reter as impressões que ficaram gravadas através de meus sentidos, em mim.

“*Hei tapa na cara!*” “*kkkkkkkkkk!*”, alguém passa e um dos vendedores do meu lado grita mexendo com ele. Um amigo cai na gargalhada. As informações são sempre entrecortadas e intensas. O sol é intenso aos olhos e à pele; os sons são fortes e altos aos ouvidos; o odor invade o corpo e atinge a pele; saímos com odores dos mais diversos, principalmente de peixe. A feira impregna de odores, seja através de nossos corpos quando o carregamos conosco, seja através do sentido do olfato, quando mal podemos nos dispor dele carregando-o conosco.

A música muda novamente, agora temos um brega mais suave, menos marcante e com devagar, calmo, o bailado é outro. “*Eu tentei, se eu percebi, contar essas coisas que tem eu só tentei e percebi...*”

Agora entra um frenético merengue!

[...] para tomar o exemplo de Simmel, Febvre e Elias, documentando mudanças históricas nos usos dos sentidos, eles revelaram como as sensações podem ser fugazes, mas os próprios sentidos são socializados de maneiras particulares. Conseqüentemente, faz sentido falar de "o olho do período" ou "orelha temporal", etc. - isto é, o padrão coletivo da percepção. (HOWES, 2013: 8).

“*Hei catuaba!*”. Uma gritaria invadia aquele ambiente. Se é que pode ser invadido “*Era com certeza, o gerente tava no carro... ela num precisa que vai buscar ele lá...*” grita alto e forte. Não entendo o que está acontecendo, e fico sem entender. “*Bota mais um pano!*”, “*kkkk*”, “*eu mesmo, nem morta!*”; “*É três!*”. “*É!*” “*Bota um real encima. Bora freguesa, um real!*”; “*Olha o limão, favaca, chicória, tudo é barato!*”; “*Vão pra academia!*”; “*Bom dia!*”. São conversas que nos perpassam infinitamente, como água em um rio. Mais um carro-som passa publicizando algo: “*Pop saudade mais a banda do Show, Na Fazenda, todo mês na fazenda chega primeiro. Tá com saudade ... é o show!*” a voz é a voz do espetáculo radiofônico com alterações sincopadas de alta e baixa reverberação; a cada palavra ou termo que o locutor fala, ele o dinamiza, pois, seu pronunciamento expressivo da notícia sendo publicizada precisa de sua interferência expressiva para que possa ganhar atenção naquele cenário turbulento de informação. A música é uma constante na feira. Até um pequeno trator, acabou de passar. “*239, venha aqui na nossa Loja.... Mexe a cabeça...*” entre uma chamada e outra o locutor fala e vende seu peixe. “*Fala Marcão?! Beleza?! Música É a volta do Maxime Imperador e hoje tá valendo tudo moleque pra você aproveitar com a gente. Habilite seu crediário. ... e nós vai tirar sua moto!*” ... “*370hp!*”. E o arrocha continua! Volta a passar o trator! Buzina! Ônibus!

Todos os sons juntos e misturados. “*Vai fazer mandiga lá e me procurá pra querê mim robá*”. Risos. Volta o carro som que acabara de passar. “*Hoje vale tuuuuuuudo pra você levar para caaaaasa, aproveitáaaaaa, abrir seu crediáaaaaario... de promoção para você aproveitáaa aqui, oh*”. A fala é sempre entrecortada pela música que quando o locutor fala parece que automaticamente ele diminui, e quando ele para ela aumenta, parece-nos, instantaneamente. A locução era intermediada pelo tecnobrega, “*no cenário 360 em HD vou curtir o som do Mega Príncipe no cenário 360 em HD*”. Esse era o hit de sucesso, lançamento do cenário 360 do Mega Príncipe, uma das maiores aparelhagens que tocavam em Belém. Podemos observar o vínculo entre a reabertura da loja, ou a inovação da mesma, com o lançamento de um novo momento das aparelhagens, o cenário 360. Pude identificar duas músicas que só falavam do cenário em questão. A onda do momento. O ápice do cenário das aparelhagens estava no fato de ser, a partir de então, em 360°. Era o que tinha de mais badalado e inovador, e a loja que vendia de tudo um pouco e que abria crediário inovador no pedaço. O vínculo, subliminar estava conferido!

Motos, ônibus, carros, caminhões, carros-sons, bikesons, “*olhai, vem hoje?*” Continuo andando e volto a perguntar por cabides. A publicização continua, agora passa uma fazendo de uma loja de material de construção

...olha só, temos cimento Poty, acabou de chegar uma carrada de Cimento Poty, novinho pra você, para sua construção uma verdadeira promoção especial. Venha conosco! Aproveite ai essa verdadeira festa de preço baixo. Tem mais vindo, lajotas a partir de 9,90, é a superfesta maravilhosa hoje pra você que gosta de economia. Você aproveitando aí com a gente a superpromoção! Boteco do shop, toma-te! Sexta, sábado e domingo, né?! Melhores músicas, melhores aparelhagens, os melhores djs que comanda com certeza uma programação aí especial pra você. Aqui na José Bonifácio! Toma-ti! Uma verdadeira festa de preços baixos, vamos nessa, Lojão dos Pisos, a loja mais completa do Guamáaaaaaaa! Toda “A partir de 69 centavos os talheres vc encontra aqui a unidade, hein?! A partir de 69 centavos os talheres, a unidade pra você aproveitar conosco esta verdadeira promoções especiais do Lojão dos Piiiiisuuuus!

Tudo entremeado de música, muita música. As publicidades ou estão entremeadas pelo brega ou pelo tecnobrega.

Quarto Retrato

Na fala de dona Etelvina podemos observar a necessidade do tocar para conhecer, para sentir aquilo que se quer comer. Dona Etelvina usa todos os seus sentidos para ir fazer a feira; se o tato atrapalha ao sentir o calor e o esbarra-esbarra da feira, e ela precisa esquecer que está sentindo isso para se concentrar em bem comprar; este mesmo tato é fundamental na hora da escolha daquilo que ela vai levar para o neto, pois *“banana verde da dor de barriga, e num adianta eu levar, as vez apodrece e num amadurece!”*. E ela prioriza o olhar para se dirigir onde deseja chegar, procura sublimar o barulho das pessoas e mira no seu objetivo. Assim, há, no momento preciso a escolha de um sentido sobre o outro, se a visão direciona, o tato e o olfato serão decisivos na sua escolha. Intermediando esses sentidos, e presente a todo instante, está a audição, o diálogo que ela estabelece com dona Ana Maria – feirante ali há quase trinta anos. Dona Etelvina sempre compra de dona Ana Maria, mas não só dela, ela também é freguesa de outros feirantes que vendem legumes. Mas, ao perguntar porque ela compra ali, ele me diz, *“Ora, mas num é bonito aqui? A Socorro trata bem das coisas dela; tem coisa que você só encontra aqui. Olha, quando quero cebola roxa... quem vende aqui na feira? Só ela.... Pode procurar”*. De fato, o box de dona Ana Maria é um box diferente. Ele visualmente chama atenção primeiro porque dona Socorro utiliza alguns elementos diferenciados, como cestos em alumínio pendurados, dispostos em diversas alturas, com seus legumes arrumados em cores, tipos e tamanhos diferentes. Dali da feira, ela é a única a usar esse tipo de suporte. Outro fator interessante, que também atrai visualmente, é que ela é uma das pouca ou mesmo a única, que vende uma hortaliça diferenciada, como brócolis, couve flor, cebola roxa. A própria disposição desses elementos, e os elementos já diferenciados em si, acabam por remarca-la naquele pequeno universo.

A pele, esse órgão que nos envolve, que capta a temperatura do ambiente e as oscilações que este tem, dita, mesmo que discretamente, nossas decisões e movimentos. Dentro do mercado onde ficam as roupas todo feirante tem seu ventilador; o mesmo acontece no mercado da farinha, assim como acontece, em uma escala discretamente menor, no mercado da carne. Todos falam do calor, do sol que está pegando fogo. Passando pelo mercado da roupa sempre vou em direção a dona Gilda; esta me convida para sentar e *“pegar um ventinho”*, me puxa uma cadeira e, já sem nada a falar, me indica a cadeira a minha disposição. Sua vizinha de box, aquela que fica logo à frente, lhe joga um pirulito; dona Gilda se espanta pensando que é um bicho. A amiga diz, *“Eeeeeeh menina, é um pirulito”*; dona Gilda prontamente responde meio aborrecida pela forma

como lhe foi dado; mas talvez pelo fato de eu ter presenciado aquela forma na qual o pirulito lhe foi dado, “*Mas eu não quero*”; a vizinha¹⁵⁶ retruca, “*Eeeeeeh menina, mas não tá babujado*¹⁵⁷, não”; “*Eu sei, mas eu não quero, tá melado*”. O pirulito tocou no braço de dona Gilda que o sentiu melado, melado por conta do calor e melado de estar tanto tempo, naquelas condições da feira, guardado. Notei um certo estranhamento entre as duas devido à maneira como o pirulito foi entregue e, também, da forma como ele foi recusado. Para agravar a situação eu estava ali, entre as duas, vendo a desfeita de uma para com a outra. Minha presença impede que as duas levem mais adiante a situação. Me sinto também embaraçada em estar no meio daquela situação, e apenas sorrio; tento desviar o assunto e não olhar para as duas. Espero que se resolvam.

Chega uma moça que é nora de dona Gilda, “*Pra fazer uma visita*”, me diz dona Gilda. Estou literalmente exausta. Me despeço de dona Gilda prometendo voltar com a máquina boa para fazer umas imagens. Conforme vou saindo daquele local fechado os sons da feira reverberam-se. E observo, a partir de minha experiência ali, no âmbito do vestuário, é de que o gosto é conformado dentro da própria vivência e experiência social. O que define, no sentido de dar uma forma, o gosto é essa vivência. Bom ou mau gosto será sempre relativo e comparativo.

Quinto Retrato

Conversa vai, conversa vem, já tem alguns dias que não apareço junto aos peixeiros. Decido ir ao encontro de Jota e de Max. Ambos estão atribulados tratando os peixes que estão vendendo. Me aproximo e o cumprimento, “*Bom dia seu Max, E aí, tudo bem?*”, “*Oi, Bom dia, o que você manda?*”

Olho o peixe do seu Max e digo que “*Há muito tempo não como isso*”. Acho que acabo carregando minha frase de pequenos preconceitos. Mas lembro que o comi no tucupi, e que adorei! Digo que não sei fazer peixe, tenho certa resistência, mas meu marido adora fazer peixe, ou seja, cozinhar peixe. E ele me diz que é muito fácil de se fazer peixe! Assim, vai logo me passando a receita de como devo tratar o peixe. Ao

¹⁵⁶ Vizinha é um termo que dona Gilda utiliza para falar das vizinhas de boxes.

¹⁵⁷ Babujado, termo utilizada para caracterizar algo, geralmente um alimento, que foi salivado, babado, ou seja que encostou na boca de uma pessoa, mas não foi comido, e sim melado pela saliva ou baba - como popularmente é conhecida a saliva.

mesmo tempo em que conversamos, ele vai limpando e tratando um conjunto de peixes que um de seus fregueses espera para comprar.

O que mando... O que mando é o tamuatá não é o... é saber temperar ele, entendeu... você prepara ele... você prepara ele em casa... tem que corta aqui oh, oh (e vai me amostrando e cortando). Isso aqui você não precisa tirar, oh, tira se quiser.... Tem gente que tira tudo isso aqui, oh... mas eu não tiro... você não precisa tirar, eu não tiro. Lava ele bem com limão, e bacana, e tal... bem lavadinho com limão... e põe numa vasilha... Separado... bote um pouco de água n'outra vasilha pra ferver (seu Max fala super rápido, e sempre repete as primeiras expressões de uma frase. Às vezes fico com dificuldades pra transcrever suas falas) coloque uma colher de manteiga e deixe ferver bem, e jogue encima assim... (Max, em entrevista 17 fevereiro 2016).

... e vai me amostrando com a mão como devo jogar a água, ele imita como se estivesse segurando uma panela pequena, invisível, às mãos e continua “... *dentro de cinco minutos bote todos os ingredientes tudinho pra ferver depois é só colocar na barriga... E não precisa abrir ele? Não, o principal dele é isso aqui, oh... aqui você coloca numa farofa com caldo que é uma delícia*¹⁵⁸; e mostra-me a carne amarelo bandeira do Brasil do peixe.... Me fala que se tirar a casca dele todinha não fica muito bom! Seu Max diz que não gosta de tucupi que gosta dele “*normal mermo, com bem cheiro verde e muito tempero... eu como ele cozido com tudo... eu faço é pirão dele no próprio pirão da farinha*”¹⁵⁹ Pergunto se seu Max trabalha com peixe que ele gosta. Ele me diz que

... trabalho com peixe que me der bom pra vender... que der pra ganhar uma pontinha... meio por meio... só que eu trabalho com peixe eu como peixe todo dia.... todo dia, ou cozido ou assado... outro dia eu levei 3k de filhote, eu comi tudinho... fui só esquentando ele.... Isso aqui fritinho com feijão é uma delícia, me apontando outro peixe de menor porte... só faz tirar o bucho e pronto.... Minha mulher não gosta muito desse tipo de peixe, pequeno. Ela gosta de IB graúda. Eu gosto desse, porque esse fica bem fritinha, entendeu? Não é patrão? ” Seu Max se vira para o freguês e pergunta, somente uma maneira de colocá-lo em integração conosco. O senhor sorri e com a cabeça diz que sim.¹⁶⁰

Enquanto conversamos, seu Max pega um punhado de gó, 16 no total, fresca do balcão de amostra, que fica na frente do box e que separa ele dos fregueses, e coloca na mesa de corte que fica a sua esquerda. Vai pegando uma por uma das gós, abre as traqueias e vai retirando as vísceras com os dedos da mão direita, deixando levemente a

¹⁵⁸ Seu Max em entrevista 17 fevereiro 2016.

¹⁵⁹ Ibid.

¹⁶⁰ Ibid.

cabeça separada do corpo. Assim ele retira as gós que já foram “limpas” e as coloca um pouco mais atrás do primeiro punhado, formando assim um outro punhado de gós. Seu Max fala realmente rápido. “*Bem fritinha, fica bem sequinha. E a grande leva muito óleo e custa fritar. Essa aqui não, é rápido pra fritar*”¹⁶¹; fazendo referência às gós que ele está tratando para o freguês que o espera.

Seu Max me fala das diferenças entre fritar um peixe de pequeno porte e um grande porte, no seu entendimento. Segundo ele, o benefício dos peixes de pequeno porte é que eles “*pegam menos óleo*”¹⁶². Seu Max me mostra os outros peixes e fala do que gosta e do que não gosta e completa, “*Peixe você c faz do jeito que você quiser, quem manda é você, se é assado, se quiser fritas, quiser grelhar...*”¹⁶³. Enquanto isso seu Max e vira-se para o lado direito e abaixo da balança, pega os sacos plásticos onde vai colocar os peixes. O tratamento dos 16 peixes, ou seja, a retirada das vísceras sem cortar o peixe, até o ensacamento dos mesmos para repassar para o freguês durou cerca de um minuto. “*Olhe, esse peixe aqui, a sarda, esse peixe é uma delícia esse peixe*”¹⁶⁴ – enquanto isso seu Max termina de limpar os peixes, vira-se para a esquerda e, encima do freezer pega um pedaço de jornal, com o qual limpa as mãos que estavam meladas ou molhadas do peixe que tratava. Em seguida me apontar a sarda. “*Ele tem também muuita espinha? ... Tem não... dá uma puxada no rabo dela, pra saltar a espinha, tendeu?*”¹⁶⁵ Assim ele mostra-me a sarda, peixe que ele também vende. Hoje tem três sardas à mostra. Enquanto isso seu Max abre um saco branco onde está escrito ‘Obrigado pela preferência’ e coloca os peixes dentro deste saco; pega um segundo saco, de cor azul, que ao fazê-lo, pega-o pelos fundos com as pontas dos dedos, o indicador e o polegar, evitando sujá-lo com suas mãos, mesmo tendo ‘limpado’ as mãos em um pedaço de jornal, e repassa-o para o freguês que este o segure pela parte de cima do saco, as alças; o abra para colocar o primeiro saco com peixes dentro; fazendo-o desta maneira seu Max evita sujar as alças do saco em que o freguês levará os peixes. Pequena cortesia dos peixeiros para com seus fregueses. Jota e outros peixeiros fazem a mesma coisa. E continua, “*Pode comer cozida, comer frita, assado*”¹⁶⁶ - a voz se altera e se afirmar no assado, talvez porque o peixe, fino, seja mais apropriado ser comido assado, devido as espinhas ficarem mais fáceis de

¹⁶¹ Ibid.

¹⁶² Ibid.

¹⁶³ Ibid.

¹⁶⁴ Ibid.

¹⁶⁵ Ibid.

¹⁶⁶ Ibid.

serem retiradas. Visto que um peixe relativamente fino, com espinhas, não seja apropriado comer cozido, pois dará muito trabalho para retirá-las em meio de temperos e caldos. Ele sabe disso, é um comedor de peixes, por isso evidencia em sua fala o assado... *“Salga pra comer depois, com dois três dias... peixe quem manda é o cliente”*¹⁶⁷; enquanto isso a música que tocava evocava um sambão de carnaval em marcha lenta... Seu Max fala com um e com outro... as frases são cortadas pois outras formas de comunicação interagem e dialogam, se entrecruzam e formam diálogos... Muitos não ditos estão presentes naquele interstício comunicativo que tem sentido para quem o vivencia; são diálogos evocados em um *continuum* que não se limite ao momento, mas que tomam forma naquele momento em pequenas ações, performances, expressões faciais e corporais, expressões de falas, etc.... *“Oi... de troco... Oi, desculpe”* por um gesto não premeditado, de esbarrão... *“Obrigado”*, um freguês ao receber o peixe que acabara de comprar... *“Táqui... olha aí, oh...”* acompanha o troco dado ao freguês... Quando o freguês encerra a compra eu volto a perguntar para o seu Max como se faz para soltar a espinha *“...é só sacudir ela... tem gente que faz assim”* – seu Max pega o peixe com ambas as mãos e dá uma leve sacudida com a direita, segurando a sarda pelo rabo enquanto a outra mão apoia o corpo do peixe. *“Pode descamar ele, assim (ele mostra-me rapidamente com as mãos como se faz), depois é só descamar ela e comer... de forno, assada”*¹⁶⁸ Em seguida seu Max vira para os tamuatás que estão acima do balcão do box *“olha, só do gordão”*¹⁶⁹ seu Max começa a tratar o peixe, agora o tamuatá, ele pega um e o coloca de barriga para baixo acima da mesa de corte. Ou seja, o peixe fica com aparência de que não está deitado como os demais, mas sim vivo, na posição de nado. Desta forma conseguimos ver os dois olhos do peixe. É como se ele tivesse uma espinha dorsal no alto, nas costas, e não na posição que tradicionalmente conhecemos do peixe. Ele pega um facão com a mão esquerda e o coloca bem no meio das costas do peixe; como o peixe tem uma carapaça dura, ele pega uma espécie de barrete pesado e bate no facão para que o peixe possa abrir ao meio. O peixe não abre de uma vez só, ele vai batendo aos poucos e com certo cuidado para que a linha de abertura fique perfeita, o que acontece. Ele abre o peixe, no entanto sem dividi-lo ao meio. A abertura serve para ele me mostrar como devo trata-lo, temperá-lo para levá-lo ao fogo. Vai abrindo o peixe apenas para me amostrar onde fica o gordura e como devo fazê-lo para trata-lo. Mostra-

¹⁶⁷ Ibid.

¹⁶⁸ Ibid.

¹⁶⁹ Ibid.

me a gordura e diz que se tiver bem amarelinho é melhor. “*Basta meter a colher e comer*”¹⁷⁰. Digo que assim que tiver coragem eu o levo... volta-se para a sarda e fala “*A gente morava no interior, a gente comia muito assado.*”¹⁷¹ Despeço-me de seu Max que me convida para passar lá com ele quando eu quiser comer tamuatá.

Sexto retrato

Nós selecionamos o que escutamos, mas o gravador não seleciona... quando retomo às gravações observo que as vozes se embaralham e o que predomina, além do vozerio é o som dos cutelos! Alguns berros se alternam, mas basicamente só escutamos a sílaba forte de cada palavra pronunciada ou de cada expressão que é gritada. Tateando com os ouvidos aquilo que foi registrado pelo gravador, encontro novamente com dona Carmem que me recebe sempre bem; vende pimenta, cheiro verde e pequenos temperos para bem temperar o peixe. No nosso último encontro ela reclamou-me da proximidade com a área dos peixeiros, “por causa do cheiro”, fazendo uma cara de desgostosa, franzindo o nariz e levantando os lábios superiores e inferiores; pois, segundo dona Carmem, ela chega com odor de peixe em casa, e me falando bem ao pé do ouvido e em voz baixa, “*minha filha, até minha calcinha eu tenho que trocar*”¹⁷².

Odor, sinto pelo tato que impregna meu olfato. Pelo tato interno, de minhas mucosas nasais, o mundo me entra pelas narinas, me toca. Ao nascermos, assim como o tato, o olfato é um dos primeiros sentidos com que percebemos o mundo, é através dele que caímos para o mundo da vida, no *Lebenswelt*.¹⁷³ Ainda que, não nos demos conta, estamos com ele em contato intermitentemente. O odor está tão impregnado em nossas vidas e em nós mesmos, que ele é aquela coisa quase desfocada, que aparentemente nem mesmo em segundo plano está, de tão inserido que ele já está em nós. Antes de vermos e ouvirmos¹⁷⁴, sentimos (LE BRETON 2015A; ACKERMAN, 1991) com a pele e sentimos com as narinas; afinal bastam oito moléculas para despertar uma reação olfativa “*E nós*

¹⁷⁰ Ibid.

¹⁷¹ Ibid.

¹⁷² Dona Consuelo em 7 abril 2017.

¹⁷³ *Lebenswelt* é o mundo da vida para Simmel, Weber e toda a fenomenologia que trabalha com esses autores entre outros.

¹⁷⁴ Convém observar que uma criança recém-nascida começa a ver e a ouvir a partir dos 2 meses, e que, até então, ela reconhece sua mãe através do olfato e do tato.

podemos detectar mais de dez mil cheiros. O que permanece mais longo na memória de um lugar é muitas vezes o seu cheiro.”¹⁷⁵ (PALLASMAA, 2010: 62)

De tal modo que, sentimos, vivemos o odor de maneira rotineira e quotidiana, a ponto de, na cotidianidade o tomamos por coisa que se passa quase anônima, pois, transitório, volátil e fugaz, toma na sua banalidade um caráter imperceptível, principalmente se repetitivo e contumaz. A frequência e repetitividade do odor acabam moldando nosso olfato, moldando-nos ao odor, a uma maneira de senti-lo. Nós nos adaptamos ao mundo que nos cerca, nos adaptando, também, aos odores que nele proliferam.

O odor atua de forma silenciosa, muda, «*O odor é o sentido silencioso. Ele é sem palavras. Essa falta de vocabulário nos liga a língua.*»¹⁷⁶ (ACKERMAN, 1991 :18). Ele só toma um caráter mais evidente em nossas vidas se ele sai, digamos assim, da rotina na qual nós estamos inseridos, ou nos habituamos a sentir¹⁷⁷.

O olfato é aquele sentido do ‘sem palavras’. Utilizamos diversos outros sentidos, adjetivos e coisas, para expor nossas impressões olfativas. O odor toma o lugar da coisa descrita, se transforma na própria coisa. Ackerman observa que

Quando usamos palavras como esfumaçado, sulfuroso, florais, frutoso, doces, nós evocamos odores em termos feitos para outras coisas (a fumaça, o enxofre, as flores ...). Em vez disso, nós temos a tendência a descrever o efeito que produzem sobre nós. Um odor é desagradável, estimulante, levanta o coração, é doce, requintado, revigorante, hipnótico ou revoltante.¹⁷⁸ (ACKERMAN, 1991: 20).

¹⁷⁵ Como no original: “*et nous pouvons détecter plus de dix mille odeurs. Ce qui persiste le plus longtemps de la mémoire d’un lieu est souvent son odeur.*” (PALLASMAA, 2010: 62) Trad. Livre da pesquisadora.

¹⁷⁶ Como no original: «*L’odorat est le sens muet. Il est sans mots. Cette absence de vocabulaire nous lie la langue.*» (ACKERMAN, 1991 :18 Trad. Livre da pesq.

¹⁷⁷ Lembro, anos atrás, precisamente em 1984, que conversando com uma paulista que veio a Belém a turismo, a mesma disse, que Belém era perfumada, que sentia andando pelas ruas o cheiro de patchuli. Estranhei o comentário, mas achei interessando, e, acreditei que eu, por viver aqui, já não mais percebia o odor de Belém. Bem, acho que não é o caso, talvez ela carregasse com ele o odor em forma de alguma substância, saquinhos de cheiro, e tenha se deixado envolver por ele. No entanto, uma coisa era certa, para ela o patchuli era o extraordinário, e, para mim, o ordinário.

¹⁷⁸ Como no original: *Lorsque nous employons des mots comme enfumé, sulfureux, floral, fruité, doux, nous évoquons les odeurs en des terms faits pour d’autres choses (la fumée, le soufre, les fleurs...). ... A la place, nous avons tendance à décrire l’effet qu’elle produisent sur nous. Une odeur est dégoûtante, enivrante, soulève le coeur, est agréable, exquise, revigorante, hypnotique, ou révoltante.* (ACKERMAN, 1991: 20). Trad. Livro da pesquisadora.

Ackerman (1991) evidencia a potência e o poder dos odores na cultura ocidental, visto o odor ser um sentido e provocar uma sensação silenciosa. Esperamos avançar e tentar perceber o papel odor em contribuir para a conformação do gosto. Assim sendo, o odor também ganha um juízo de valor quando é percebido, sentido. Assim, bom e mau odor acaba por caracterizar uma forma de estar no mundo, manipulado por uma cultura olfativa, ou melhor, por um julgamento de valor baseado no olfato. Esse julgamento olfativo evidencia formas de perceber e evidenciar as relações sociais, as formas sociais¹⁷⁹.

Uma evidência disto é o documentário¹⁸⁰ “*Brazil Stories-Amazon Avon Ladies*” encomendado pela Avon, produzido e realizado pela miramac.ca¹⁸¹ sobre a penetração da Avon (marca de cosméticos e perfumes) na região amazônica e da valorização de mercadorias como perfumes e cosméticos através de pequenas vendedoras que, muitas vezes, praticam o escambo como forma de pagamento, facilitando a aquisição de uma mercadoria desejada. Ackerman observa que a valorização do odor está presente em todas as civilizações e que referências ao uso do perfume já está presente na Mesopotâmia,

¹⁷⁹ Convém observar que estou falando a partir da cidade de Belém do Pará, observando esse pequeno universo cultural das pessoas que aqui moraram e moram. Portanto, os comentários têm como pano de fundo a vivência em uma região úmida e de baixa altitude. Observo isto porque essas características colocam em evidência a conformação de odores a partir de propriedades físicas desta região, ou seja, a partir de propriedades que independem da atuação humana, ou cultural, mas que influenciam essa condição cultural. Os comentários observados a seguir são retirados de pessoas que vivenciaram e vivenciam esse ambiente físico: Lembro-me de um comentário de uma conhecida, nascida e criada em Belém que, quando mudou-se para São Paulo, comentou no Facebook que dizia-se espantada com o fato dos paulista não tomarem banho pela manhã... ela observava “como uma pessoa pode sair de casa sem se lavar, com o cheiro de dormido...” que aquilo era um desrespeito para com o outro, a quem ela ia falar, cumprimentar com beijos face-a-face. Lembro-me, ainda, da observação frequente de uma amiga X em relação a uma amiga Y, quanto ao odor que Y exala, fazendo referência a uma possível falta de banho de Y, “*Como pode uma pessoa andar com cheiro de mendigo!*”. Observemos ainda, pela manhã bem cedo, principalmente em bairros como o Guamá e Terra Firme (onde as crianças vão a pé ou em bicicletas para a escola), essas crianças ao irem para a escola estão com aparência de banhadas, cabelos presos ainda úmidos. A importância do que aqui coloco nestas linhas de rodapé, evidencia uma vivência das pessoas, acredito, que moram em Belém e que não se delimita a um nível sociocultural, mas está presente em todos os estratos sociais.

¹⁸⁰Pequeno vídeo sobre o documentário visualizado em 30 março 2016 (<https://www.youtube.com/watch?v=TqUUESloRLs>). Outra referência: TV Nation - Avon Ladies of the Amazon (<https://www.youtube.com/watch?v=2HJj00wRf5A>);

¹⁸¹ A Miramac é uma empresa canadense localizada na cidade de Toronto especializada na produção multimídia de serviço de produção vídeos promocionais e publicitários, vídeos musicais e filmes de ficção para uma ampla gama de produtores, empresas, organizações sem fins lucrativos e outras organizações. Endereço eletrônico: http://miramac.ca/miramac_productions.html

“onde se oferecia aos deuses incensos com o objetivo de atenuar o odor da carne queimada dos animais que se sacrificava” (ACKERMAN, 1991: 77).

Pallasmaa (2010) salienta o poder do olfato em evocar imagens e vivências esquecidas em nossas memórias, fazendo com que este sentido desperte vivências e experiências passadas; logo, somos levados a observar que o odor é algo peculiar a sensibilidade do homem. No entanto, essa peculiaridade compõe - ou seja, é um componente, um conteúdo -, de uma dada forma social, que, de acordo com as interações estabelecidas com os outros elementos que compõem essa forma, somadas à maneira como esses elementos e conteúdos se relacionam, interagem, é que vai conformar certa forma social, ou seja, uma interação própria, peculiar daquele ambiente onde ela se conforma. Ambiente físico, ou seja, uma paisagem construída socialmente e, também, culturalmente. Esses ambientes são indissociáveis, visto que nossas formas de viver, de interagir é influenciada pelo clima, por exemplo. No calor os corpos distendem, necessitando de mais espaços para suportar o calor do ambiente e para refrescarem-se; assim mais facilmente se evadirem, fisicamente há uma dilatação dos corpos no calor, assim como há uma retração no frio. Assim também se portam as pessoas em seus movimentos em ambientes quentes e frios, respectivamente.

5.2 – Espacialidades e sensibilidades

Quando falamos do espaço feira, estamos falando de certa estrutura espacial, de um espaço que possui limites e forma; ou seja, que possui uma organização, uma ordenação e uma estrutura (OSTROWER, 1983: 45), possui delimitações espaciais como paredes, divisórias, balcões, grades, rua casas, mercados, lojas, enfim, uma miscelânea de coisas que o caracterizam para uma determinada coisa: a compra e a venda de mercadorias, gente andando e povoando aquele local. Assim, quando estabelecemos mentalmente a feira, materializando-a em nossa mente e nos inserimos nesta forma, nos apropriando, criamos mecanismos de identificação que nos situam espacialmente, pois criamos mentalmente espaços que ocupamos quando o adentramos; e quando fazemos isso o vivenciamos. Assim reconhecemos odores, vozes, sentidos expressivos em faces, sons e todo significado contextual que esses elementos nos evocam. Seja para o feirante, seja para o freguês ou frequentador da feira, descobrir o espaço feira é descobrir-se nele, é transformá-lo, ao longo de sua vivência, em lugar; o que evoca uma vivência individual

e única, que é cultural, cumulativa e intersubjetiva, pois ela é o resultado desse estar junto e, ao mesmo tempo, enquanto intersubjetividade é o que realimenta este mesmo estar junto.

Os contornos sensoriais da feira, fabricados ou conformados por seus frequentadores, funcionam como seus limites. O término da feira varia para cada pessoa. Cada um delimita-a até onde a alcança, a partir de sua vivência. A estrutura espacial para existir precisa de limites, de algum limite, ainda que seja no imaginário daquele que o configura enquanto estrutura, enquanto feira. Os limites da feira do Guamá são fluidos, não se limitam aos mercados, de Carne, da Farinha e do Industrializado, ele estende-se ao longo da Av. José Bonifácio, tanto no sentido de São Brás, como no do Porto da Palha; assim como ao longo da Passagem Mucajás e da Av. Barão de Igarapé Miri. Apesar desta extensão, podemos evocar a culminância da feira no cruzamento que abarcam os dois mercados citados acima, e a imprecisão em seus limites em um ponto não possível de ser definido.

A relativa liberalidade na arrumação dos espaços, perceptível durante o Mercado provisório, foi rompida pela reforma da Prefeitura. O novo Mercado, adequado ao padrão da organização burocrática do comércio, exigiu dos feirantes, que obedecessem a uma série de pré-requisitos impostos pela Prefeitura, como por exemplo, expositores com refrigeração e mesas de corte de carne em inox ou polietileno para os açougueiros – especialmente a exigência de expositores com refrigeração levou dois açougueiros a não voltarem a feirantes depois da revitalização, pois, segundo Sr. Francisco e seu Antônio, não conseguiram o dinheiro ou financiamento necessário para a compra deste tipo de equipamento.

Os espaços são mais institucionalizados, organizados, portanto, padronizados. A feira se apresenta mais limpa, mais clara e organizada, e visualmente com menos interferência de quem ali está se instalando. Em setembro de 2012, já encontrei a feira naquele espaço institucionalizado do mercado revitalizado pela Prefeitura. Desta maneira, naquele momento pudemos observar que o espaço ainda não tinha sido de todo apropriado pelos feirantes.

A partir da entrega do mercado novo, a Prefeitura procurou manter o controle da ordem impedindo os feirantes de se apropriarem como desejavam, e como ainda desejam plenamente, de seus boxes, pois *“o espaço habitado torna-se então produtor de comportamentos”* (LE BRETON, 2015a: 131). Podemos observar dois exemplos que

ocorreram quase simultaneamente; o primeiro deles é o que Jota queria fazer com seu box, aumentando sua parede de fundo para fechar sua visão em relação ao seu vizinho dos fundos, isolando-a desse vizinho de fundo, contra quem possuía certa animosidade –

Ele só quer deus pra ele e o diabo pros outros; e eu não trabalho assim. Eu procuro ser amigo, todo mundo precisa vender. Ele é evangélico acha que só ele merece, se o freguês não compra um dia com ele, ele fica com raiva do freguês. Por isso que eu fechei aqui, pra eu não olhar pra ele, deixa a gente triste, uma pessoa assim fica medindo, chamando freguês aqui, diz que meu peixe não presta. Então pra não brigar com ele, que eu já joguei peixe na cara dele, quase que eu mato ele, então pra não brigar eu fecho. Chamei o administrador e ele me autorizou a fechar isso e estou esperando o banner pra fechar e pronto. Tomara que ele tenha feito o banner quando ele vier aqui.¹⁸²

E assim o fez durante um curto período de tempo utilizando um grosso isopor, mas que depois teve que voltar atrás por imposição da administração.

Outro exemplo aconteceu também com Jota. Ela queria mandar ampliar sua foto para transformá-la em um pequeno banner e colocar, justamente neste fundo de seu box, o que não foi possível, visto não ter sido possível aumentar a parede de fundo do box, mesmo com outro material temporário, seja um banner, seja uma parede de compensado. De qualquer maneira o pacto estava feito, e certa anuência por parte dos feirantes era mantida. Para a Prefeitura a reforma acabou legitimando sua presença mais efetiva no mercado, visto que os feirantes se sentiram comprometidos a se adequar às melhorias. De fato, em muitas entrevistas concedidas, os feirantes demonstraram satisfação de estarem no mercado novo, “*limpo, bonito*”¹⁸³.

No entanto, o tempo passa e o cotidiano acaba contribuindo para que o feirante volte a se apropriar de outras maneiras de seu espaço de trabalho. Os limites dessas apropriações são fluidos, e o feirante vai sempre o moldando de acordo com seu desejo, possibilidade, necessidade, iniciativa e gosto; assim como também se molda a este novo espaço ao criar o seu lugar. Esse moldar ocorre através da rotina, essa coisa corriqueira que fazemos sem nos apercebermos, de tão inerente que ela se tornou em nossas vidas;

¹⁸² Jota, em entrevista 02 out 2012.

¹⁸³ Todos os feirantes que entrevistei de setembro a novembro de 2012 fizeram questão de falar da limpeza e da beleza do mercado, então “limpo e bonito” eram as palavras de ordem a época.

ela está impregnada em nosso cotidiano, nos servindo de ponto de referência¹⁸⁴. Ou seja, esse “*hábito de fazer as coisas sempre da mesma maneira, por recurso a práticas constantemente adversas à inovação*” (PAIS, 2003: 28)

Como já observamos, logo que os feirantes adentraram no mercado já reformado, segundo eles, e pude notar em nossas conversas, ficaram felizes com o novo espaço; limpo, higienizado, novo. Mas tão logo o tempo foi se passando, os meses fluindo, as primeiras queixas começaram a aparecer e as expressões faciais e corporais como as bocas tortas, os olhares enviesados, o corpo levemente jogado para trás ao olhar o sujo na direção do box do outro feirante vizinho, apareciam. Alguns escárnios quanto a “*porcarias*”¹⁸⁵ evidenciavam a insatisfação de muitos. Se observarmos as fotos tomadas em 2012, e as tomadas em 2015 e 2016, podemos observar uma mudança visual no mercado assim como no seu entorno. Há nas imagens feitas no transcorrer da pesquisa, entre os anos de 2015-2016 uma intensidade maior da presença de elementos visuais. Os feirantes começaram a ocupar o gradeado e o corredor entre os boxes, algumas vezes diminuindo o espaço do passante, do freguês e do próprio feirante; mas por outro lado, passaram a ganhar espaço expositivo, espaço de venda, espaço fundamental para a distensão do seu lugar na feira, assim, espaços cognitivos e expressivos foram gerando-se.

Podemos observar ainda outros elementos que contribuírem e contribuem para a conformação da feira enquanto esse espaço expressivo, são as coisas lá utilizadas, aquilo que conforma sua cultura material. Esses elementos, conformam a imagem que temos e fazemos da feira. Dentre eles, podemos apontar as instalações elétricas que aparentam - apesar de socialmente não terem essa função -, pequenas gambiarras (já evocadas no capítulo primeiro deste trabalho); as mercadorias vendidas e, principalmente, a maneira como são vendidas, as formas como essas mercadorias são expostas e ofertadas ao frequentador da feira; os boxes em ferro; os boxes em alvenaria dos açougueiros, peixeiros, alimentação; o formato e disposição destes boxes; os sacos de rede; os tipos de sacos plásticos em cores verde e azul, sacos de rede; os caixotes em madeira; vemos os pregos colocados para apoiarem sacos, embalagens dos produtos a serem vendidos, estes

¹⁸⁴ Nós sabemos o que devemos fazer quando levantamos, escovamos dentes, nos lavamos, saímos para o trabalho, vamos ao trabalho, temos horário a cumprir, enfim, a rotina nos coloca em equilíbrio com o mundo, nos ajuda a manter pontos de contatos e de referências...

¹⁸⁵ Dona Margarida, em entrevista em 10 janeiro 2016.

são invisíveis para os feirantes e, mesmo, para fregueses ou demais frequentadores da feira, que, ao serem questionados sobre seus instrumentos e materiais de trabalho nunca lhes fazem referência. Os Ss, esses ou ganchos, que sustentam as carnes são, também, utilizados para pendurar além das carnes, sacolas, bolsas, mochilas, sacos plásticos, folhinhas calendários, fios elétricos, roupas, panos, instrumentos de trabalhos como serrotes, que também possuem o poder da invisibilidade, pois nunca são mencionados quando perguntamos sobre; assim podemos observar que, quanto mais ordinária, quanto mais cotidiana é a coisa e o uso que se faz dela, maior é sua invisibilidade (Miller, 2008).

Ainda podemos apontar na construção dessa instalação, o box, com sua instalação-mãe¹⁸⁶, a feira, as paredes dos boxes, ao fundo, que dão suporte ao nome do box, as balanças, as facas e facões, os cutelos, as machadinhas, os jornais para limpeza; além de imagens de santos, a números e cálculos, às mensagens subliminares de caráter religioso ou laico, como a frase “O Senhor é meu Pastor, nada me faltará”, a cartazes ou folders informativos e/ou políticos; ou com certa evocação erótica, de mulheres seminuas em poses exóticas, como o cartaz de uma revista masculina na qual uma ex-BBB estava de costas, em biquíni numa pose que evocava a sensualidade do corpo feminino. Ao lado deste cartaz, que cobria um quarto da parede de fundo da barraca, encontramos uma imagem de um boi, da marca nelore, cartaz este colado bem ao lado da imagem da ex-BBB. Entre as duas imagens, mas colocada bem acima das duas, em sobreposição, estava a oração de São Francisco de Assis, “*Senhor, fazei-me instrumento de vossa paz. Onde houver ódio, que eu leve o amor; Onde houver ofensa, que eu leve o perdão...*”. Assim, observamos que o box se constrói enquanto uma instalação de sentidos, de traços (DERRIDA, 1979); seu significado extrapola o significado isolado dos objetos e coisas ali expostos, ultrapassa o caráter de comercialização, mas evidencia as valorações de estéticas, de sentido e de gosto de quem as produz e a vê.

As disposições de todo esses elementos junto; a versatilidade e a proximidade na relação entre feirante e freguês, os arranjos pessoais de cada equipamento, os sons, os odores, os movimentos dos corpos; enfim, uma séria de objetos e coisas que conformam aquela forma social. São elementos que ocupam os espaços sensoriais da feira.

¹⁸⁶ Professor Afonso Medeiros, em sala de aula (setembro 2012) evoca a feira como “a grande instalação”, aquela que todo e qualquer artista sonha em realizar. Professor Afonso Medeiros é artista plástico, professor da FAV e do PPGArtes.

5.3 – Percepção, sentidos e sinestesia

Seria possível fazermos uma cartografia da cultura tátil, como se propôs Classen (2005), sem passarmos pelas sensações provocadas na interação entre o nosso corpo e o mundo? Como percebermos a sensibilidade tátil do outro sem compreendermos a nossa? O que é o tato? A partir dessas questões compreendemos o tato como aquele sentido que vivenciamos com o corpo em sua totalidade. Nossa pele, órgão maior de nosso corpo, encerra o tato. Das partes mais expostas às partes mais íntimas, o tato está presente na nossa percepção do mundo. Todo o corpo sente, percebe, vive - ainda que não seja de maneira racionalizante, mas sinestésica -, o mundo através do tato.

Todos os sentidos, incluindo a visão, são extensões do sentido tátil; os sentidos são especialidades do tecido da pele e todas as experiências sensoriais são formas de tocar e, portanto, relacionadas a percepções táteis. Nosso contato com o mundo se faz na extremidade do ser através de partes especializadas da membrana que nos envolve.¹⁸⁷ (PALLASMAA, 2010: 11)

Assim, o tato é mais um conteúdo da forma social que conformamos quando vivenciamos o mundo, quando o vivenciamos e o experienciamos¹⁸⁸. Assim como o olfato, é um dos nossos primeiros sentidos a serem vivenciados logo a partir do nascimento e do contato com o mundo, é através do tato que vivenciamos o nosso primeiro sentido de individualidade, pois que *“Entre outras coisas, o tocar nos ensina a diferença que há entre o eu e o outro, que pode haver em qualquer um fora de nós; a mãe* “. »¹⁸⁹ (ACKERMAN, 1991 : 103)

¹⁸⁷ Como no original: “Tous les sens, y compris la vue, sont des extensions du sens tactile; les sens sont des spécialisations du tissu de la peau et toutes les expériences sensorielles sont des façons de toucher et, par là, reliées aux perceptions tactiles. Notre contact avec le monde se fait à la lisière de l’être à travers des parties spécialisées de la membrane qui nous enveloppe. » (PALLASMAA, 2010: 11) trad. Livre da pesquisadora

¹⁸⁸ Faço aqui neste trabalho uma diferença entre vivenciar e experienciar. Vivenciar é algo que pode acontecer sem mesmo que o queiramos, estamos no mundo e sentimos ele, o vivenciamos. Experienciar seria algo mais proposital, mais intencional. No entanto, ambos podem, e geralmente ocorrem ao mesmo tempo, os níveis de vivência e experienciamento é que modificam dependendo do envolvimento perceptível de cada um. Podemos aqui fazer um paralelo entre a socialização, que ocorre de forma involuntária, no sentido de que a finalidade não é o envolvimento com o outro, mas outro objetivo qualquer; e a sociabilidade, que tem por objetivo a interação direta com o outro.

¹⁸⁹ Como no original: « *Entre autres choses, le toucher nous enseigne la différence qu’il y a entre moi et l’autre, qu’il peut exister quelqu’un em dehors de nous; la mère.* » (ACKERMAN, 1991: 103) Trad. Livre da pesquisadora.

A pele, esse mediador sinestésico das sensações táteis, “*Para a maioria das civilizações, é a tela perfeita para pinturas e tatuagens¹⁹⁰ e um fundo maravilhoso para jóias. Mas acima de tudo, é nela que reside o sentido do tato.*»¹⁹¹ (ACKERMAN, 1991: 90), torna-se o nosso primeiro intercessor de nossa relação com o mundo, um mensageiro de mensagens (GÉLARD E SIROST, 2010; HOWES, 2006; PALLASMAA, 2010). É através dele que nos sentimos no mundo e começamos a vivenciá-lo e a experienciá-lo. Somos tocados intermitentemente, pelo ar, pelo vento, pelo frio e pelo quente, pelo outro, pelas coisas, pela roupa que vestimos, pelos adereços que usamos, pelos sapatos que calçamos, pelo chão que pisamos, pelas coisas que vemos; pelas que ouvimos com nossos ouvidos; pelas que entram pelas nossas narinas; pelas coisas que experienciamos e vivenciamos. Vivemos carregados pelas coisas do mundo que nos cercam. E esse sentido, que nos prover da percepção que fazemos e temos do mundo, promove nossa socição com o mundo em nosso entorno muito antes de podermos refletir ou pensar sobre o mundo. É o tato o primeiro sentido que nos joga no “mundo da vida”. A partir dele passamos a construir nossas referências táteis, culturais, subjetivas, sensitivas, cognitivas do mundo que adentramos. Assim, podemos evocar a importância do tato para o desenvolvimento do ser humano e o papel que este tem no seu processo sociativo (ACKERMAN, 1991).

Se o tocar afeta todo nosso organismo, através de nosso órgão maior, a pele, ele vai afetar também a cultura a ele vinculada. Segundo o neurologista e físico Schanberg¹⁹², o tato provocaria a mais forte das emoções (ACKERMAN, 1991: 101), superando os

¹⁹⁰ Lembrando aqui da importância da tatuagem em diversos povos, dentre eles os japoneses que possuem o Museu de Patologia Médica da Universidade de Tóquio; um museu concebido apenas para obras de arte que tem como suporte a pele, tatuada. O museu possui mais de 300 peles tatuadas, emolduradas e expostas ao público. In <http://lifeand6months.com/2012/11/01/the-tattoo-collectors-film-fiction/> e Don Ed Hardy, *Remains to be Seen*, in *Tattoo Time*, Volume 4: Life and Death Tattoos, (1987).

¹⁹¹ Como no original : « *Pour la plupart des civilisations, c'est la toile idéale pour les peintures et le tatouage, et un fond merveilleux pour les bijoux. Mais avant tout, c'est en elle que réside le sens du toucher.* » (ACKERMAN, 1991 : 90) Tradução livre da pesquisadora.

¹⁹² De formação Saul Schanberg é neurologista e físico, fazia parte do American College of Neuropsychopharmacology (ACNP), era ativo na ACNP, servindo em diversas comissões e Conselhos. É reconhecido por sua pesquisa sobre a influência do toque (tato) no crescimento e desenvolvimento de bebês prematuros. Em seguida estendeu sua pesquisa a adolescentes que sofriam de transtornos mentais, mulheres grávidas e mulheres que lutavam contra o câncer de mama. Por seu trabalho, Schanberg recebeu diversos prêmios e honrarias. Ele é autor de mais de 200 publicações. (Informações retiradas do site <http://www.nature.com/npp/journal/v35/n13/full/npp2010112a.html> em 08 março 2016)

demais órgãos; assim, ele acaba por ter um papel proeminente em tudo que fazemos no dia a dia. O tato é «"... dez vezes mais forte do que palavras ou emoções", explicou Schanberg. E desempenha um papel em quase tudo o que fazemos. »¹⁹³ (ACKERMAN, 1991: 101-102).

Assim, o que é o sentido do tato na feira, como ele é percebido, vivenciado e experienciado pelo feirante? Como podemos compreender o papel do tato na conformação do gosto na feira, na interação, e, na reciprocidade?

O aborrecimento de Ezequiel, já explanado a frente sobre o amassa, amassa do freguês, esse freguês que prefere comprar na feira do que no supermercado, pois na feira “*eu posso ver e pegar, chorar o preço e comparar com o do lado. Tem coisa que se você num pegá, como você vai sabê se tá bom? É assim com o abacate, com a banana... num quero levar banana verde, não?! Só com zóio minha filha* – e chega o rosto para me falar e olhar bem para seus olhos -, *num dá pra vê, não! As vez a gente tem até que cheirá!*”, me diz dona Etevilna, despachada, frequentadora há mais de 30 anos da feira, “*Ihhh,, já nem me lembro quanto tempo faz... pra mais de trinta anos, com certeza!*” Dona Etevilna é moradora do bairro, mora na Paulo Cícero, e, apesar do calor e desse “*empurra-empurra, prefero vir logo aqui na feira e comprar o que quero... Num tem um supermercado bom por aqui... tem aquelas porcarias por ali* – e me aponta na direção da Barão - *e os preços são altíssimos!*”

Mas, voltemo-nos a feira do Guamá, a este espaço que aqui colocamos em evidência, localizada em uma zona quente e úmida, de baixa altitude e de alta pressão atmosférica¹⁹⁴.

A umidade intensifica o odor, e a baixa pressão faz que um fluido tão volátil quanto o perfume se espalhar mais rápido do que o habitual. Afinal, uma fragrância é composta de 98% de água e álcool, e apenas 2% de moléculas de gordura e aroma. Quando a pressão é baixa, as

¹⁹³ Como no original : «... dix fois plus fort que celui de la parole ou des émotions, expliqua Schanberg. Et il joue un rôle dans à peu près tout ce que nous faisons. » (ACKERMAN, 1991: 101-102). Tradução livre da pesquisadora.

¹⁹⁴ Localização de Belém: Latitude Sul 01°27'20", Longitude W - Gr 48°30'15"; altitude média: 10m. O clima é quente e úmido com precipitação média anual alcançando os 2.834 mm. A temperatura média é de 25° C em fevereiro e 26° C em novembro. Está na zona climática (classificação de Köppen), que coincide com o clima de floresta tropical, permanente úmido, com ausência de estação fria e temperatura do mês menos quente, acima de 18° C (In Anuário Estatístico do Município de Belém – 2010). Isso indica que a proliferação de odores nessas zonas é mais intensa, justamente por serem locais localizados em zonas quentes, úmidas e de maior pressão atmosférica, o que propicia a proliferação de odores, em relação a uma zona fria, mais seca e de menor pressão atmosférica.

moléculas evaporam-se mais rapidamente e podem transportar-se de um corpo para os cantos mais distantes de uma sala, a uma velocidade considerável.¹⁹⁵ (ACKERMAN, 1991: 64).

Observamos que a umidade intensifica os odores, e se somarmos com as características da região, de baixa altitude e de alta pressão atmosférica, podemos notar que estamos em uma zona em que os odores proliferam facilmente e intensamente. Assim, nos indagamos, que odores contribuem para a formação da feira enquanto tal? Que odores envolvem os frequentadores da feira? Qual odor é rotineiro, cotidiano e, assim, banalizado, pois já ali está instalado, e, deste modo, imperceptível se torna?

Dependendo de onde nos encontremos esse odor modifica. No mercado de produtos industrializados é intenso o cheiro de roupa nova, segundo seu Paulo¹⁹⁶; já no mercado da farinha, o odor da farinha ocupa o ambiente. Entretanto no mercado de carne vai varia segundo a área, peixe aqui, carne ali, frutos mais acolá, o da goma mais ali. Mas é inevitável que os feirantes, em especial os feirantes da área da alimentação, se queixem do odor das lixeiras colocadas na lateral, na calçada do mercado com a passagem Mucajás. Dona Fabrícia se queixa do “*absurdo da coisa*”¹⁹⁷, o mesmo acontece com a feirante Margarida. Quando pergunto a seu Paulo do que mais ele gosta ali na feira, ele me fala que do cheiro da roupa nova que vende; que aquilo, aquele cheiro, faz com que ele sinta saudades da feira quando lá ele não está; “*Me sinto até doente quando não venho. Sinto falta desse cheiro de roupa nova.*”¹⁹⁸ Dona Fabrícia, sua esposa que trabalha junto com seu Paulo na feira, afirma que “*ele é mais apaixonado por aqui do que eu*”¹⁹⁹, apontando para seus boxes de roupas. Ela, vez por outra, falta; ele, só se realmente estiver doente ou precisar fazer algo muito importante.

Os odores estimulam a memória. Eles acordam também nossos sentidos sonolentos, nos deleitam e cedem aos nossos caprichos, nos ajudam a nos definir, fazem ferver o caldeirão da nossa sedução, nos alertam

¹⁹⁵ Como no original : L’humidité intensifie l’odorat, et la basse pression fait qu’un fluide aussi volatile que le parfum se répand encore plus vite que d’habitude. Après tout, un parfum est composé, pour 98%, d’eau et d’alcool et, pour 2% seulement, de molécules de graisse et d’arôme. Quand la pression est basse, les molécules s’évaporent plus rapidement et peuvent se transporter, depuis le corps jusqu’aux recoins les plus éloignés d’une pièce, à une vitesse considérable. (Ackerman, 1991: 64). Tradução livre da pesquisadora.

¹⁹⁶ Seu Paulo, em entrevista concedida a pesquisadora em 14 janeiro de 2017.

¹⁹⁷ Dona Fabrícia, em entrevista concedida a pesquisadora em 14 janeiro de 2017.

¹⁹⁸ Seu Paulo, em entrevista concedida a pesquisadora em 14 janeiro de 2017.

¹⁹⁹ Dona Fabrícia, em entrevista concedida a pesquisadora em 14 janeiro de 2017.

contra o perigo, nos induzem a tentação, revolvem nosso fervor religioso, nos acompanham aos céus, nos casam à moda, nos banham no luxo.²⁰⁰ (ACKERMAN, 1991: 55).

Observo as vendedoras de roupa usadas e de pechincha que vendem suas mercadorias na calçada da Av. José Bonifácio, bem em frente ao mercado de carne. Vendem roupas de segunda mão, não importa muitas vezes o estado destas e, muitas vezes, as roupas estão arrumadas em montes, uma sobre as outras fazendo uma pequena montanha; desta forma as roupas não escapam de amarrotarem-se. Há, certo, uma evidência na acuidade com a apresentação. Algumas vezes as roupas estão estendidas lado a lado e o amontoado evoca a roupa em liquidação, aquela encontrada nos comércios e em bairros populares da cidade de Belém. O amontoado funciona como uma evocação à promoção, ao preço único, assim podemos ver de dois a três montes de roupas, e cada monte tem um preço definido. Outras peças são bem arrumadas e colocadas formando conjuntos. Os sapatos colocados em pares, lado a lado. Geralmente à frente das roupas, ou cercando-as. Dona Maria, que já conta com uma idade mais avançada em relação as demais vendedoras de pechincha, está com mais de 70 anos; quando vai vender pechincha na feira ocupa a sombra da árvore que fica quase na esquina; como já fazem alguns bons anos que dona Maria ali vende, ela apropria-se da árvore colocando fios e cabides para expor sua mercadoria. Abaixo segue primeiramente uma imagem da venda de pechincha e em seguida uma imagem da mercadoria pendurada de dona Maria.

²⁰⁰ Como no original : « *Les odeurs éperonnent la mémoire. Elles réveillent aussi nous sens somnolents, nous choient et cèdent à nous caprices, nous aident à nous définir, font bouillir le chaudron de notre séduction, nous mettent en garde contre le danger, nous induisent en la tentation, attisent notre ferveur religieuse, nous accompagnent aux cieus, nous marient à la mode, nous baignent dans le luxe.* » (ACKERMAN, 1991: 55) Tradução livre da pesquisadora.

Figuras 64: Registro feito em 7 novembro 2015.



Fonte: Pesquisadora

Figuras 65 e 66: Registro feito em 7 novembro 2015.





Fonte: pesquisadora.

Ouçó, vejo, respiro, sinto pelo corpo a feira, o mundo; e através desses sentidos o interpreto, o compreendo. Em meu entendimento não seria possível fazer uma lista dos sentidos precisos e de como eles atuam para que conheçamos o mundo. Não no momento, não é este meu objetivo aqui fazer esse levantamento, nem mesmo sei se é possível. Acredito que não seria possível limitar as nossas percepções aos cinco sentidos, mas, talvez a cinco sistemas sensoriais como coloca o psicólogo J.J. Gibson (1966) ou, quiçá, aos doze sentidos como classifica Albert Soesman, (1998), o tato, o sentido da linguagem, o sentido da vida, o sentido da temperatura, a audição, o sentido do movimento, o equilíbrio, o olfato, o paladar, a visão, o sentido conceitual, o sentido do ego. Como podemos notar Soesman tenta englobar as possibilidades em classificar as percepções humanas, ou, ainda as percepções culturais do humano.

Desta maneira, compreendemos os sentidos do qual falamos como canais, meios de comunicação pelos quais passam a informação, mas que, no entanto, atuam também como produtores dessas informações e não somente como veiculadores. E, enquanto produtores, produzem cultura, pois todo esse sistema está ligado à mente do indivíduo, o

sujeito, assim como também está ligado aos processos intersubjetivos pelos quais torna o sujeito um sujeito do mundo e no mundo.

O pesquisador e o registro sensorial etnografado

O antropólogo, quando constrói seu discurso sobre algo ou sobre um fenômeno, procura fazê-lo através de uma pretensa visão de equilíbrio, no sentido de que procura construir o texto inteligível, capaz de ser entendido e assimilado pelo seu interlocutor. Desta maneira o antropólogo acaba por construir realidades temporais; ou aquilo que posso chamar de realidades fotográficas²⁰¹, ou ainda, de maneira mais acurada, registros sensoriais etnografados pelas percepções do corpo – não nos limitemos aqui à pele, mas a todo o corpo – em diálogo com a mente. Essas realidades que estão baseadas em sensações, e suas interpretações dos fenômenos observados estão pautadas em um determinado contexto específico, temporal e espacial, permeados de valorações objetivas e subjetivas presentes, mas cambiantes, que variam de acordo com a combinação de objetos e coisas em interação na conformação e na fomentação da intersubjetividade que gesta uma forma de estar junto. Desta maneira, em meu entendimento, uma realidade fotográfica é tão real e verdadeira quanto uma fotografia; afinal, concordamos com Le Breton quando o mesmo, acompanhando o pensamento de Panofsky (1975) coloca que a

perspectiva não é absolutamente um feito da natureza que aguardou pacientemente a inteligência de um sábio para ser atualizada, ela é uma forma simbólica [eu diria que talvez mais ampla do que isto], uma maneira de ver que faz sentido num determinado momento da história de uma sociedade (LE BRETON, 2015a: 45).

Assim, essa relação entre realidade e fotografia, realidade e sensibilidade, também está presente, na relação entre a realidade e a Antropologia na voz de quem interpreta, “*As formas do texto, o corte e o layout, têm efeitos sobre a voz, sobre as maneiras de ler,*

²⁰¹ Chamo de realidades fotográficas essas que são tomadas na forma de um “clic”, de um apanhado da vida; faço aqui alusão ao clic da câmara fotográfica que delimita um campo de visão a partir de certo ângulo que é escolhido por quem vê através da câmera fotográfica e aperta o botão procurando registrar, fazer o registro de um momento. No entanto, não esquecemos que esse registro é temporal, é uma interpretação por ser uma forma de ver e de construir aquela imagem fotográfica. Assim é o texto, ele escolhe o ângulo daquilo que vai ser abordado, da forma como vai ser abordado, concatenando e adequando os elementos e conteúdos que construíram uma determinada realidade.

moldando as possibilidades de compreensão e recepção”²⁰² (ROCHE, 1997: 11). No entanto, assim como a interpretação de quem o escreve é livre – livre a partir de uma paleta de escolhas possíveis – as interpretações de quem o lê também o é, pois, ainda que calcada na possibilidade dos elementos possíveis na paleta de escolhas, ele a tem.

Acima, observei, seguindo Le Breton (2015a) que a percepção não é coincidências, mas interpretação, e continuando com Le Breton, parafraseando-o, posso colocar que percorrendo a mesma feira “indivíduos diferentes não são sensíveis aos mesmos dados”, ou seja, nós, a partir de nossa educação, cultura e de nossas individualidades, essas individualidades evidenciam uma infinidade de percepções, construímos a feira tal qual ela se apresenta a cada um de nós. E, seguindo uma abordagem fenomenológica, acredito que a função do antropólogo é escavar para colocar em evidência essas feiras, das quais estamos falando a partir da interpretação dos que a frequentam também fazem dela, seja através de seus significados, de seus sentidos, de seus indícios ou de seus traços (DERRIDA, 1979); ainda que essa interpretação passe por uma lente, inevitável para aqui estar, a lente do pesquisador.

Falar das sensações sinestésicas proporcionadas pelos sentidos ou “*fatoss dos sentidos’ são sempre um produto do com-sensus – isto é, de sentir junto com outros* [aqui evoco o significado de estética de Maffesoli já explanado neste trabalho]. *A percepção é uma atividade social na medida em que é condicionada pela cultura e não pode ser pensada exclusivamente em termos de atividade neural*” (HOWES: 2013: 9). Como os sentidos proporcionam o nosso perceber, o nosso sentir, e como precisamos reduzir em palavras aquilo que sentimos e vivemos para que possamos muitas vezes, mas não sempre, partilhar com o outro, ou traduzir-nos em um trabalho acadêmico, partilhamos do entendimento de Ackerman (1991: 19) de que «*As palavras são pequenas formas no suntuoso caos do mundo. Eles encerram ideias, elas aguçam* [mas também corrompem] *o pensamento, pintam nossas percepções em aquarela.*”²⁰³ Então, nos limitamos a falar sobre as sensações do outro, do frequentador da feira, a partir de seus próprios indicativos, de suas próprias vivências, já que assim o faz o antropólogo. No entanto, é importante

²⁰² Como no original : “*Les formes du texte, le découpage et la mise en page, ont des effets sur la voix, sur les manières de lire, en façonnant les possibilités de compréhension et de réception*” (ROCHE, 1997 : 11) Tradução livre da pesquisadora.

²⁰³ Como no original : “ *Les mots sont de petites formes dans le somptueux chaos du monde. Ils enferment les idées, affûtent les pensées, peignent nos perceptions à l’aquarelle.* » Tradução livre da pesquisadora.

lembrar que, quando o antropólogo fala do outro, do sentir e do viver do outro, ele tem a si como mediador desse conhecimento. Esse falar é provido de intencionalidade colocada em prática pelo pesquisador. De acordo com Schutz (2012), todos nós temos intencionalidade, o que significa dizer que nada existe sem razão de ser. Nenhum objeto é, ou está, fora da consciência do sujeito. Todo o mundo, todos os objetos, são mediados pela intenção de alguém em encontrar/estar com aquele mundo/objeto.

Compreendemos que toda ciência, assim como o pesquisador e o agir do pesquisador, não podem ser separados do contexto em que são gerados e fomentados, desta maneira, compreendemos que, seja a ciência, seja o pesquisador enquanto seu produtor tem um comportamento intencional. Desta maneira entendemos que a ‘atitude natural’²⁰⁴, seja do pesquisador, seja do ser humano, é uma atitude intencional. Nós produzimos o sentido com intenção. Intenção política de dizer algo de determinada maneira. Convém observar que a intencionalidade não é apenas fruto de uma mente, mas fruto de uma mente que vive em sociedade, ou seja, vive em interação, que compõe a forma social, que conforma uma forma de estar junto (SCHUTZ, 2012).

O que pretendi evidenciar é que nada está fora dessa construção dos sentidos e, conseqüentemente do gosto, ou dessa *com-formação*, se pensarmos o gosto enquanto uma sensibilidade ou, ainda, enquanto uma forma social, uma forma de *estar-junto*, como ressalta Maffesoli. Uma forma de estar junto é uma forma de interagir que coloca em evidência certa reciprocidade baseada no sentir junto, no gosto, naquilo que agrada ainda que desagradável, naquilo que é possível com-partilhar, não dividir, somar ou subtrair; daquilo que está em relação, ainda que a relação ocorre por meio do conflito (SIMMEL, 2006). Novos elementos se misturam e novas formas de estar no mundo geram-se. “ *La Nature y réussit par le métissage. Bien mélanger est la devise de la vie.* » (ACKERMAN, 1991 : 56). Segundo Godelier o homem não se contenta apenas em nascer e herdar uma sociedade, mas ele deseja e faz sociedade (GODELIER, 2010), ele faz formas sociais; ele participa desse processo criativo ao estar no mundo e vivenciá-lo; pois essas formas são construídas porque o homem no mundo – ou o ser-aí - está em interação contínua com o mundo que o cerca.

Diante da profusão de informações, de traços, de significados, de coisas, coisas concretas e não concretas, como racionalizar, como concatenar e transformar em texto

²⁰⁴ Aqui entendemos ‘atitude natural’ segundo Husserl. Este coloca que o mundo da vida cotidiana é formado pela atitude natural, ou seja, pelas atitudes que produzem sentido

essa relação do sujeito, pesquisador ou pesquisado, com seu meio, o estar ali? E até que ponto nossas escolhas são racionais diante de tal conjuntura? No entendimento de Le Breton sobre nossas percepções, e mesmo aqueles que a priori são quase imperceptíveis a uma racionalidade ocidental, ele observa como a percepção é um tipo de interpretação, ainda que se faça “*difusa, efêmera e incerta, e às vezes falsa*” (Le Breton, 2015a: 61) Assim, sou eu, você, o feirante e o freguês, assim o é todo aquele que vivencia a feira; assim, somos todos nós quando temos percepções, quando sentimentos, pois já estamos interpretando, ainda que não o façamos de maneira racionalizante. A percepção ocorre de maneira imanente a uma experiência de estar no mundo através de um corpo que sente através de seus sentidos. “*A percepção não é coincidência com as coisas, mas interpretação. Todo homem caminha num universo sensorial ligado àquilo que sua vida pessoal fez de sua educação.*” (LE BRETON, 2015a: 12)

Le Breton (2015b) observa a proeminência do olhar sobre os demais sentidos. Mas, depois de nossa volta pela feira, a partir da descrição feita acima, seria mesmo o olhar o sentido de maior projeção? Segundo Pallasmaa (2010), não; o olhar foi apenas o sentido privilegiado pelo discurso filosófico moderno. Desta maneira, partilhamos com Pallasmaa a compreensão de que

O tocar é o modo sensorial que integra nossa experiência do mundo naquela de nós mesmos. Mesmo as percepções visuais se fundem e se integram no contínuo tátil do ser, meu corpo lembra quem eu sou e onde eu me situo no mundo. Meu corpo é realmente o umbigo de meu próprio mundo, não como um ponto de vista central, mas como um lugar de referência, de memória, de imaginação e de integração.²⁰⁵ (PALLASMAA, 2010: 11)

Assim como Pallasmaa, Ackerman (1991) também compreende a proeminência do tato na percepção do mundo. Desta maneira, relembramos que chegamos e sentimos o mundo primeiramente através do tato; a sensação de estar contigo em, do toque, quando chegamos ao mundo através do nascimento nos engloba e nos toma para o resto de nossas experiências; e é desta maneira que, também, nos tornamos ‘a carne do mundo na carne no mundo’ (MERLEU-PONTY, 1945).

²⁰⁵ Como no original : « Le toucher est le mode sensoriel qui intègre notre expérience du monde dans celle de nous-mêmes. Même les perceptions visuelles se fondent et s’intègrent dans le continuun tectilles de l’être, mon corps se rappelle qui je suis et où je me situe dans le monde. Mon corps est vraiment le nombril de mon propre monde, non comme point de la perspective central, mais comme lieu de référence, de mémoire, d’imagination et d’intégration. » (PALLASMAA, 2010: 11) Tradução livre da pesquisadora.

Capítulo 6

À guisa de conclusão: Gosto e intersubjetividade, distendendo o conceito de gosto

6.1 O gosto como sociação

A partir das reflexões colocadas ao longo deste trabalho, observamos que não podemos reduzir o gosto, o fenômeno do gosto, à condição de um simples prazer estético, enquadrando-o em categorias pautadas pelos conceitos hegemônicos de beleza, ideal, perfeição e até mesmo, em alguns casos, racionalidade. Compreendemos, com Schiermer, que o gosto “*implica, então, um tipo de razão que pode não estar bem consciente de cada passo que ele efetua, mas que, por outro lado, conseguiu se ajustar às variações e as mudanças constantes do ambiente*”²⁰⁶ (SCHIERMER, 2012/4: 120). Um tipo de razão próxima, talvez, àquela razão evocada pelo coração, a “razão” das emoções e sensações que, segundo Durkheim (1913) merece ser explorada, na medida em que as sensações e as emoções são estruturantes do pensamento e cruciais nas conformações da vida social.

Por meio dessa compreensão, entende-se o gosto como uma forma de expressão que evoca a capacidade de entendimento sensível do entorno, da experiência e da vivência comum dos indivíduos: é a capacidade de resposta do indivíduo a essas vivências e experiências que o indivíduo dá-se a si e ao mundo, no seu processo de interação social. Ou seja, por meio do gosto o indivíduo coloca-se no mundo, interage e, partilhando percepções, apresenta-se, dá-se a ver, a sentir e a existir.

O gosto é entendido, nesta tese, como aquela razão que a razão racional e cartesiana desconhece ou desmerece: como o processo sensorial, que não é o processo de reconhecer um objeto ou uma coisa do mundo e nem, tampouco, o processo de internalizar, numa dada consciência, uma ideia a respeito desse objeto ou coisa mundo – mas, precisamente, a intercessão desses dois procedimentos, pensada como um processo que, mais que individual e subjetivo, é social e intersubjetivo.

O gosto é aquilo que é conformado e consubstanciado nos processos cognitivos de cada indivíduo como resultado das interações que vivencia. Ele faz parte do processo cognitivo de cada um e de todos em interação. É o processo de distensão da razão em relação aos regimes compreensivos de inspiração cartesiana, caracterizados por sua prática de fechar o sentir e os

²⁰⁶ “...implique donc une sorte de raison qui n’est peut-être pas bien conscient de chaque pas qu’elle effectue mais qui en revanche parvient à s’ajuster aux variations et aux changements constants de l’environnement”. (SCHIERMER, 2012/4 : 120)

sentidos. Mais uma vez evocando Schiermer, podemos dizer que o gosto “*é - literalmente - uma questão de aproveitar ao máximo as coisas. O gosto torna o mundo mais rico. Melhor ainda: o provador [apreciador] encontra e se beneficia das diferenças e nuances oferecidos pelo objeto*”²⁰⁷ (SCHIERMER, 2012: 120).

Assim, procurando delinear o que seria o gosto a partir de uma percepção antropológica e sensível de mundo, compreendemos o gosto como uma sensibilidade; uma sensibilidade que se coloca em evidência, se deixa a ver, se mostra e dialoga com o mundo. Nesse sentido, o gosto seria um engendrador de sociações (SIMMEL, 2006) que conformam uma forma social, uma forma de estar no mundo. Formas essas que contribuem para a organização da vida social.

Precisamente esse é o sentido de estética em Maffesoli. De acordo com esse pensador, estética é a faculdade de “*sentir em comum*” (MAFFESOLI, 1999:28), o que faz com que seja, também uma ética: é porque se sente em comum, ou seja, com atenção para com o outro, que essa estética também se torna um ética. O conceito de ética da estética desse pensador significa a estar e sentir em conjunto – sem que para isso se precise ter um motivo, ou um objetivo específico; ou melhor, sem que se precise ter uma razão objetiva e racional para isso. Como diz Maffesoli, trata-se de “*experimental junto emoções, participar do mesmo ambiente, comungar dos mesmos valores, perder-se, numa teatralidade geral, permitindo, assim, a todos esses elementos que fazem a superfície das coisas e das pessoas fazer sentido*” (MAFFESOLI, 1999:163). Para desenvolver esse conceito, Maffesoli parte de Simmel (1981, 1999, 2006) e de sua ideia de sociação, que acima referimos. Partilhar experiências e gostos permite a construção de horizontes comuns e, assim, a socialização.

Abordamos o gosto, portanto, como uma sensibilidade comum. Uma forma social (SIMMEL, 1981, 1999, 2006) – como dissemos antes, uma estrutura por meio da qual se produzem interações, em permanente estado de disponibilidade para que, por meio dela, se produza a interação social.

Recorrendo à analogia que Simmel faz entre formas e conteúdos sociais, podemos pensar que as formas são essas estruturas não visíveis que tornam pertinente a partilha do gosto, e que conteúdos são as concretudes por meio das quais essa partilha se dá. Assim, por exemplo, uma dada maneira de arrumar os produtos num box, ou o brega que está sendo reproduzido ao fundo, ou a brincadeira e a galhofa entre os feirantes, ou os símbolos religiosos, esportivos ou eróticos afixados às paredes conformam conteúdos, concretudes do gostar junto, do gostar comum. Ao acontecerem, necessariamente de forma partilhada e social – porque o gosto de um só tem sentido quando tangencia o gosto do outro, e quando se coloca como potencialmente

²⁰⁷ Como no original : « *est – littéralment – une questions de tirer le meilleur parti des choses. Le goût rend le monde plus riches. Mieux encore: le goûteur trouve et profite des différences et nuances qu’offre l’objet* » (SCHIERMER, 2012: 120) Trad. Livre da pesquisadora.

reconhecível e partilhado – produzem o fenômeno da sociação (SIMMEL, 2006), que por meio das estruturas intersubjetivas invisíveis que são as formas sociais, conformam a própria reprodução da vida social.

Necessário observar, também, que quando falamos em concretude não estamos nos referindo, necessariamente, a objetos materiais, ou a objetos empíricos. Concretude é a forma social preenchida e produzindo sociação. É por meio da concretude, da sociação, que o gosto tem lugar.

Assim, entendemos o gosto enquanto um processo que é constituído continuamente em sociedade, processo este “*realizado nos indivíduos, que condicionam sua existência enquanto sociedade – não como causas antecedentes no tempo desse resultado, mas sim como processos parciais dessa síntese que nós, de maneira condensada, denominamos ‘sociedade’*” (SIMMEL, 2013: 656).

Esse processo social, do qual o homem faz parte, não é, segundo Schutz (2012) um “*mundo apenas físico, mas também sociocultural... um mundo pré-organizado e pré-constituído cuja a estrutura particular é o resultado de um processo histórico que, portanto, é diferente em cada cultura e cada sociedade*” (SCHUTZ, 2012: 91). Portanto, como coloca Schutz, é um mundo que preexiste ao sujeito e no qual já inserido ele o vivencia, ele o sabe.

(...) o mundo social no qual o homem nasce e no qual ele precisa encontrar seu caminho é experienciado por ele como uma estreita rede de relações sociais, de sistema de signos e símbolos, com sua estrutura particular de significados, de formas institucionalizadas de organização social, de sistemas de status e prestígio etc (SCHUTZ, 2012: 92).

Esse mundo experienciado é esse mundo sabido, que advém de um saber (*Wissen*), do qual fala Simmel (1981), ou seja, saber resultado de uma experiência, de uma forma de estar, de vivenciar o mundo que não é, necessariamente, uma forma racional, mas vivencial, emocional, intuitiva, perceptiva, subjetiva e, também, objetiva e racional; mas, sobretudo, intersubjetiva, porque é obrigatoriamente partilha, o homem não está só em sociedade, queira ele ou não, ele compartilha o mundo em que ele vive, pois ele faz parte deste mundo.

O gosto, em nosso entendimento, seria o resultado, não imutável, não fixo ou acabado, de uma forma de estar no mundo. Seria o resultado temporário, fugaz e interativo de formas de se estar no mundo. E se compreendemos o indivíduo como um ser fragmentário, no sentido wagneriano (WAGNER, 2011), o gosto também refletirá essa composição temporária que se conforma no tempo e no espaço, que aquiesce de acordo com as interações que a acomodam.

Mapeando a conformação do gosto, observamos que ele ocorre na interação entre o sujeito-sujeito, o sujeito-objeto, sujeito-mundo, aqueles que sofrem e causam as impressões do

sujeito – ele é um dos motivos diretos de estesia²⁰⁸ do sujeito ao interagir com o seu entorno, pois as qualidades sensíveis das coisas que estão no mundo são conferidas pelo sujeito – ainda que o sujeito herde essas qualidades que, ainda assim, não são fixas e sofrem arritmias –, além do ambiente sócio-histórico-cultural, um dos emuladores ou conformadores da estesia do sujeito, que corroboram para conformar o próprio sujeito e a própria coisa ao conformar o sujeito; há aí uma dialética ou uma hermenêutica?. Ressaltamos que nenhum desses elementos se conformam de maneira isolada. Eles só se conformam na interação, na relação que se estabelece entre si – sujeito, a coisa e o ambiente sócio-histórico. Observe-se ainda que na interação o sujeito não é neófito; como observamos anteriormente, ele traz consigo percepções, sentidos, interpretações e valores já conformados anteriormente que vão contribuir para uma nova percepção, assimilação e inferência de novos valores, de valores sobre o novo, diante da nova interação. Assim, confirmamos o círculo contínuo entre sujeito e sujeito-objeto, não só intermediado pelo ambiente sócio-histórico-cultural, mas fazendo desse ambiente mais um elemento de composição da conformação do gosto. Novamente evocamos aí o círculo hermenêutico – seja da interação, seja do conhecimento, seja da percepção.

Partimos do pressuposto de que o gosto evoca uma “*espécie de poética do viver, do provar e do sentir*” (SILVA, 2014); portanto, como perceber, captar, capturar, mensurar e analisar – tudo o que a ciência exige – o fenômeno, sem o reduzir, sem reduzir a sua complexidade à simples categorização cientificista que teria grandes possibilidades de mascarar o objeto?

A tentativa, exigida pela ciência, de categorizar para legitimar a pesquisa, não se coaduna com o que acreditamos e partilhamos com Landowski, que observa que “*nos abstendo de categorizar as coisas, nós as deixamos desenvolver/aflorar, dinamicamente, seus potenciais interacionais como (quase) sujeitos*”²⁰⁹ (2013: 56). Sim, quase sujeito, pois assim vemos e tratamos nossos objetos de pesquisa; e assim o são as coisas que interagem no mundo. E a tentativa da qual me refiro, fica sempre no estado de tentativa, pois é uma alienação o que o pesquisador faz com a coisa categorizada, o que não poderia ser possível quando se pretende estudar a cultura, objeto inerente à interação, e sem a interação não seria possível sua existência. Dito isto, evidenciamos nosso lugar enquanto pesquisadora e a maneira, provável, de como esta

²⁰⁸ Acompanhando o pensamento de Oliveira (2010), assim como de outros autores sobre os sentidos e percepções (uma lista longa aqui se faria, mas como não se trata de discutir este conceito, deixo-o para um outro momento), observamos que compreendemos a estesia enquanto processos de apreensão do sentir e dos sentidos que tocam o corpo. Desta maneira a estesia só poderia ocorrer no processo de interação; de interação com qualquer coisa, seja uma coisa imaterial, como uma lembrança de algo já acontecido; seja diante da materialidade de outra pessoa ou coisa. Convém observar que esta definição ou conceito de estesia não vai, de todo, em par, com o de Oliveira (2010).

²⁰⁹ Como no original : « *nous abstenant de catégoriser les choses, nous les laissons déployer, dynamiquement, leurs potentialités interactionnelles em tant que (quasi) sujets*” (LANDOWSKI, 2013: 56) Trad. Livre da pesquisadora.

pesquisa se constitui. Afinal, as escolhas evidenciam critérios prévios já assimilados (LANDOWSKI 2013: 38), que isso sirva para os gostos, para a política ou para o que quer se seja na construção do conhecimento.

Mas não busquemos uma simplificação do gosto partilhado, seja este partilhado por classe social ou classe econômica, ou de qualquer outra ordem ou categoria. Busquemos, ao contrário, uma complexificação da conformação do gosto, no sentido de que entendemos que o gosto se constrói a partir de um emaranhar relacional entre a subjetividade do indivíduo, que é da ordem do sensível, da objetividade, mas também da intersubjetividade, que resulta naquela conformação que torna-se uma convenção estabelecida socialmente.

Na tentativa de construir uma teoria do gosto, Landowski (2013) interpreta o gosto como um efeito da interação, observando que, a priori, o gosto e o sentido das coisas não existem, e que eles passam a existir e a ter valor conferido na apreensão e no conhecimento, que será negociado, seja socialmente, seja na construção do próprio processo de identificação individual, mas com interferência de outros elementos, como o mundo, as coisas, a cultura já adquirida que sustenta uma forma de percepção e que treina o sujeito a perceber e a fruir o objeto de gozo. Para o autor, “*O gosto, como efeito dos sentidos, se constitui caso a caso no próprio processo de construção recíproca deste "sujeito" e deste "objeto" em favor de seu encontro como parceiros em interação*”²¹⁰ (LANDOWSKI, 2013: 20). Ou seja, na conformação do gosto, sujeito A e sujeito B²¹¹, seja B coisa ou objeto, são atores ativos na construção do sentir, do perceber, das sensações e do gosto. Sujeito e cultura material fazem parte desse embrincamento na constituição e na amoldamento da vivência.

Evidenciando essa construção recíproca, e, também, essa construção fragmentada do sujeito que constrói processos e se constrói em sociedade, Simmel coloca que

O olhar do outro, entretanto, integra essa existência fragmentada de tal modo a fazer dela algo que nunca pura e completamente somos. ... assim como nós integramos o ponto cego em nosso campo de visão sem que dele tenhamos absolutamente nenhuma consciência, assim também formamos, a partir dessa existência fragmentada, o acabamento [*Vollständigkeit*] de sua respectiva individualidade (SIMMEL, 2013: 659).

²¹⁰ Como no original : « *le goût, en tant qu'effet de sens, se constitue cas par cas dans le procès même de construction réciproque de ce 'sujet' et de cet 'objet' à faveur de leur rencontre en tant que partenaires interagissants* » (LANDOWSKI, 2013: 20) Trad. Livre da pesquisadora.

²¹¹ Ou sujeito e sujeito e/ou sujeito e objeto e/ou mundo. Ou seja, não importa se o sujeito B é coisa ou pessoa, ele é ativo porque ele sofre a intencionalidade do sujeito A, produzindo em A uma intencionalidade e, portanto, o sujeito B transforma-se em sujeito ativo, ou melhor, como coloca Landowski, sujeito *actante*.

As sensações, os sentidos ou o gosto se constroem nesse processo, intermitente e negociável. E no processo sociativo ele é, antes de tudo, negociado, já que em interação é um ser coletivo que precisa negociar para não, somente, viver em conflito; para definir socialmente uma determinada identidade, para manter as relações de troca e de reciprocidade. No entanto, esse processo interativo está inserido em um ambiente maior, do qual sofre influência e é influenciador.

A prática da vida nos impele a configurar a imagem da pessoa unicamente a partir de seus fragmentos reais (ou seja, das partes dessa pessoa que conhecemos [*wissen*]²¹² de maneira empírica); mas essa mesma prática está baseada naquelas alterações e complementações, nas reformulações daqueles fragmentos dados que levam à universalidade de um tipo e ao acabamento da personalidade ideal. (SIMMEL, 2013: 659)

O que vemos ao entrarmos em contato com certo universo é uma determinada estética que evoca para o observador - mas também que materializa uma percepção de mundo -, uma vivência, um sentido ou um gosto, que é conformado e evidenciado por algo de cada partícipe, através seja de representações, de significados, de sentidos ou de traços. Essa negociação também é uma negociação entre duas tendências correlatas de gosto que, segundo Landowski (2013: 24) podem se ajustar ou se confrontar. De um lado temos o gosto de gozar, de ter prazer das coisas do mundo, do outro, quando transformamos o outro em objeto de prazer - este outro seja objeto, seja sujeito; e, de outro lado temos aquele gosto que gera o prazer do outro, quando o sujeito faz algo pensando no prazer do outro, podendo ou não este prazer também ser o seu.

Ainda que esta segunda forma de prazer seja o do prazer por si próprio, conferido a outro, nos propusemos, neste caso, a superar a dicotomia entre o eu e o outro, entendendo a fruição dos sentidos ou do gosto como o resultado de uma troca que se estabelece entre o eu e o outro/mundo. E é justamente nessa troca que se engendra a possibilidade da reciprocidade: o estabelecimento da gênese do prazer para a fruição do outro, através da satisfação de um desejo que invoca uma sensibilidade ou um gosto. E isto só é passível de ocorrer na troca; e essa troca evoca a reciprocidade, porque o meu gosto pode ensejar o gosto do outro, assim como o proporcionar o gosto do outro pode ensejar o meu próprio gosto. A relação entre os níveis de gosto e de reciprocidade, em nosso entendimento, seriam difíceis de mensurar; no entanto, sabemos que essa troca só ocorre mediante a reciprocidade, ainda que este segundo sujeito seja a coisa, pois esta carrega consigo os sentidos e traços a ela conferidos pelo sujeito.

²¹² Importante observar que o termo *wissen* está mais para *o saber*, de ordem vivencial, do que para conhecer, de ordem racional e/ou intelectual. Mas seguimos aqui a tradução do texto e os indicativos do tradutor no estabelecimento da diferença.

Acentuamos, também, ao longo deste trabalho a relação entre os sentidos e o gosto, passando pelo prazer ou, quiçá, desprazer. Como coloca Landowski (2013: 26-27), o gosto se constrói em ações e objetos que tendem a gerar o prazer. Ou seja, o gosto se constrói, ou se conforma, a partir das vivências de mundo adquiridas pelo sujeito, que testa e constrói essas (suas) experiências e vivências na interação com o outro/mundo.

6.2 A dinâmica intersubjetiva do gosto

Como já evidenciamos acima, os sentidos, as sensações, o gosto não são algo subjetivo e nem universal, mas são culturais, são locais, conformados na interação e, também, conformador desta. Assim o gosto, não substantivo, é contingencial (Sprenger, 2009). O gosto é essa sensibilidade pessoal e social que se constrói junto com, ou seja, socialmente, na relação eu/outro, eu/mundo, conformando o nós somos. Deste modo, essa sensibilidade social, da qual e na qual cada indivíduo corrobora em sua conformação, através de sua experiência de mundo, conforma-se na intersubjetividade da qual ele faz parte; intersubjetividade esta que permite a própria interação.

Da parte individual podemos observar que o gosto, além de socialmente construído, é também construído pelo indivíduo que porta em si o que Gadamer chama de “*estruturas de antecipação do compreender*”²¹³ (1976: 107-108). Essas estruturas são influenciadas pelas instituições e são, naturalmente, estruturas culturais, das quais o indivíduo fez ou faz parte, mas que não são nem definitivas e nem arbitrarias. Assim como essas influências são diversas de suas cosmologias sociais e comunitárias “*condicionada(s) pelos moeurs e pelos hábitos de um lugar sociohistórico específico*” (SPRENGER, 2009: 159). Essas estruturas de antecipação equivaleriam a todo o conhecimento, seja sensível seja intelectual, adquirido pelo indivíduo ao longo de sua vida, e esse conhecimento é evocado no transcurso de suas experiências de vida, podendo o sujeito ter consciência ou não disto.

Schutz (2012) trata desse mesmo tema quando fala em “*estoques de conhecimento*”. Um estoque de conhecimento presente no mundo da vida e que é partilhado entre os indivíduos intersubjetivamente. Sprenger, refletindo sobre como a literatura de Balzac pode ser pensada enquanto descrição e análise sociológica de setores diversos da vida social francesa no século XIX, sugere que o gosto constitui uma argamassa da coesão social. Segundo Sprenger (2009: 169) “*Balzac sugere claramente a existência de uma força inconsciente e ‘necessária’ por trás*

²¹³ Como no original : « ...La structure d’anticipation du comprendre” [seriam] “acquis préalable, vue préalable, saisie préalable”. (GADAMER, 1976: 107) Trad. Livre da pesquisadora.

das expressões de gosto (aparentemente) voluntários...” (SPRENGER, 2009: 169)²¹⁴. Essa força inconsciente e invisível, que coloca o homem no mundo; que ele herda, mas que ele vai contribuir para transformá-la.

Percebe-se aí a ideia de uma estrutura invisível que justifica e permite a coesão social. O “aparentemente voluntários” acima citado, equivale, em nossa compreensão, à noção de “estruturas de antecipação do compreender” de Gadamer (1976) e, igualmente, à noção de “estoques de conhecimento”, de Schutz (2012). O que torna possível a continuidade dessas forças de coesão, na vida social, seria, na compreensão desses dois autores, justamente, o fenômeno da partilha de experiências no plano histórico e cultural que compreendem por intersubjetividade.

Como diz Sprenger,

Muito antes de Freud, Balzac pode observar que os seres humanos podem desejar, sentir, agir, lembrar-se, e, em consequência, provar [saborear, sentir] inconscientemente e a partir de um “pensamento” do qual eles ignoram as raízes imaginárias... (SPRENGER, 2009: 160).

Da mesma forma a noção de intersubjetividade está presente na noção de “raízes imaginárias”. É essa intersubjetividade que nos dá a possibilidade de compreender o outro e o mundo, e mesmo “*desejar, sentir, agir, lembrar-se e, em consequência provar inconscientemente*” (SPRENGER, 2009: 160).

Outro conceito que podemos evocar aqui para compreender essa ligação que existe entre os indivíduos, que corrobora para a compreensão do conceito de intersubjetividade é o conceito de *branchement*²¹⁵, de Amselle (2015), por meio do qual o autor coloca que todos nós estamos ligados por significantes universais, ainda que com construções de significados que derivam das particularidades locais. Esse entendimento nos permite aproximarmo-nos do entendimento de intersubjetividades em Schutz (2012), pois ambos evidenciam a partilha de significados e significantes, permitidos, segundo Amselle, pelo *branchement*; e, segundo Schutz, pela intersubjetividade.

Esses significantes universais, em nosso entendimento, seriam gestados na própria intersubjetividade da qual partilhamos. E é isso que dá ao pesquisador a possibilidade de compreender o universo pesquisado. Seriam essas construções de significados que fundam,

²¹⁴ Como no original : « suggère clairement l’existence d’une force inconsciente et « nécessaire » derrière les expressions du goût (apparemment) volontaires » Trad. Livre da pesquisadora.

²¹⁵ *Branchement* foi o conceito que Amselle utilizou para compreender a relação entre os processos de globalização e conformação social em um determinado espaço africano, processos esses que ultrapassavam as fronteiras nacionais. A ênfase foi dada a três capitais da África, Bamako, no Mali; Cairo, no Egito e Conakry, na Guiné, assim como foi estudada a cultura N’ku. O autor foi pautado pela globalização, pelo afrocentrismo, pela escritura, pela filosofia africana e pelo genocídio para a compreensão desse conjunto cultural. (AMSELLE, 2001/2015: 7)

ratificam e articulam nossos processos identitários e que contribuem para a conformação das formas sociais. Amselle (2009: 8) observa que estamos todos conectados, *branchés*, e que, portanto, o processo de influências e de interferências não é novo, e que em várias fases ou processos de globalização ocorreram e ocorrem ao longo da história humana, variando em época e em intensidade em cada cultura específica, essa ligação; e que, por isso, temos a capacidade de compreender o outro, por isso também que influenciemos e somos influenciados concomitantemente.

Como exemplo deste fenômeno podemos evocar o trabalho de Lúcia Van Velthem sobre os Wayana e de como ao longo de sua construção identitária os mesmos foram influenciados por culturas exógenas, conformando em sua própria cultura os significados endógenos em relação a cultura material exógena ali inserida. Também podemos citar os trabalhos de Epeli Hau'ofa (2013) sobre os povos das ilhas da Oceania como Papua Nova Guiné; de Sahlins (1990; 1997) e Miller (2010; 2009b).

Acreditamos que as noções de intersubjetividade, presente em Schutz (2012) e de *branchment*, presente em Amselle (2001; 2015), também estão presentes em Godelier (2010), quando este analisa os fundamentos das sociedades humanas, em especial os Baruya, observando que os mesmos, antes ainda do processo colonizador, já haviam passado por processos de mestiçagem ou hibridez, e que estavam ligados, seja ao seu passado, seja às construções imaginárias desse passado, seja ao seu entorno e àqueles com quem estabeleciam contato, e que, seria justamente esta relação de alteridade que os constituíam a si mesmo enquanto Baruya. Segundo Godelier,

As sociedades não podem ser pensadas nem analisadas como totalidades fechadas, conjuntos finitos de relações sociais localizadas, inalteráveis, totalidades muradas sobre si mesmas por sua identidade particular e povoadas de indivíduos que compartilham as mesmas representações e os mesmos valores, incapazes de para agir sobre si mesmos ou sobre suas relações que eles mantêm uns com os outros e com a natureza. Tais sociedades nunca existiram ...²¹⁶ (GODELIER 2010: 29)

Evocando ainda, a partir do conceito de *branchement* e, da pertinência do conceito de intersubjetividade em Schutz, observamos que esses conceitos nos ajudam a evidenciar que nenhum ser, nenhuma sociedade ou comunidade está ou esteve isolado no mundo (GODELIER,

²¹⁶ Como no original : « les sociétés ne peuvent être pensées ni analysées comme des totalités closes, des ensembles finis des rapports sociaux localisés, inaltérables, des totalités murées sur elles-mêmes par leur identité particulière et peuplées d'individus partageant les mêmes représentations et les mêmes valeurs, incapables d'agir sur eux-mêmes ni sur les rapports qu'ils entretiennent entre eux et avec la nature. De telles sociétés n'ont de toute façon jamais existé... » (GODELIER 2010: 29). Trad. Livre da pesquisadora.

2010; HAU'OFA, 2013), e que cada ser social constrói na interação, no processo de sociação, seus significados. Ainda que esses significantes sejam ditos como universais, seus significados são culturais, locais, pontuais e, também, relativos e dinâmicos. Essa intersubjetividade está presente em Balzac quando o mesmo coloca que "*há pensamentos aos quais nós obedecemos sem os conhecer; eles estão em nós sem o nosso conhecimento*" (Sprenger, 2009: 161)²¹⁷ Ou seja, pensamento que está naquele mundo que nos conforma enquanto indivíduo social, coletivo, que participa da conformação de desejos, das maneiras de sentir e de agir que, só são voluntários porque são desejos já consolidados culturalmente, e já estão em nós assimilados, compreendidos e, quiçá, justificados.

A partir do romance de Balzac²¹⁸, em especial ao que faço referência acima, *La Femme de trente ans*, e também *Le cousin Pons*, compartilhamos com Sprenger a compreensão do gosto como "*uma via de acesso aos funcionamentos involuntários da consciência...*" (SPRENGER, 2009: 158), pois essa via permitiria, em nosso entendimento, a compreensão dos sentidos e da cognição que acede, no indivíduo, uma espécie de conhecimento que é utilizada na quotidianidade de suas pequenas escolhas, assim como nas grandes também, pois "*todos os gostos são no fundo contingentes, e, portanto, condicionados pelos costumes e hábitos de um lugar sócio-histórico específico...*" (SPRENGER, 2009: 159) e que, se os significantes são os mesmos, estes adquirem, em sociedades distintas, significados diferentes. A prática social existe, mas o uso dessas práticas se alteram no tempo e no espaço.

Um elemento que pode auxiliar na compreensão da intersubjetividade é a noção de cognição. A cognição, ato de subjetivação dos estímulos sensoriais, pode ser pensada também como um ato social: à medida em que o indivíduo vive em sociedade, as práticas e os saberes partilhados podem ser direcionados a partir de uma expectativa, ou de um *habitus* dado. Não que não haja um papel de autonomia e de subjetivação plena na vida social: evidentemente há e se trata de algo comum e recorrente, mas é preciso perceber que nem tudo, nem todos os estímulos são processados sem a interveniência da prática e da experiência comum, intencional (HEIDEGGER, 2006; GADAMER, 2006; SCHUTZ, 2012) esses agentes mediadores que conformam a sociação.

²¹⁷ Como no original : « bien avant Freud, Balzac a pu observer que les êtres humains peuvent désirer, sentir, agir, se souvenir et, en l'assurance, goûter inconsciemment et à partir d'une « pensée » dont ils ignorent les racines imaginaires... (SPRENGER, 2009 : 160) « Il existe des pensées auxquelles nous obéissons sans les connaître; elles sont en nous à notre insu » (SPRENGER, 2009 : 161). Trad. Livre da pesquisadora.

²¹⁸ Sprenger observa ainda, em Balzac, que as expressões de gosto assim como as afetivas são, geralmente, acompanhadas de metáforas espirituais (Cf. SPRENGER 2009: 174), em especial quando o mesmo se refere ao gosto de M. Pons descrito por Balzac. Observamos aí a sensibilidade antropológica do autor, Balzac, ao construir um personagem que, segundo ele, corresponde a muitos dentre nós.

O gosto de que tratamos aqui é um fenômeno cognitivo, mas não individual e nem subjetivo. É um padrão de fenômenos sociais que observamos na feira, em nossa pesquisa: um gosto intencional, mediado pela prática social e pela experiência intersubjetiva.

Falamos do gosto como uma forma social (SIMMEL, 1981, 1999) construída intermitentemente por meio dos diferentes e diversos elementos e conteúdos (SIMMEL, 2006) presentes nas relações intencionais atualizadas no lugar. Não propriamente um fenômeno de imitação, mas um processo cognitivo de assimilação e de construção partilhada do mundo cotidiano.

Da forma como procuramos interpretar a construção do gosto, através das interações, podemos evocar aqui, ainda, o círculo hermenêutico, aquele que no entendimento de Gadamer, ao interpretar Heidegger, é “*a constante renovação do projeto que mantém o movimento de compreensão e interpretação*”²¹⁹. (GADAMER, 1976: 105).

Utilizamos a fenomenologia como um método e uma postura, na tentativa de escavar os sentidos para compreender esses mesmos sentidos, para compreender como o outro elabora seus valores, seu estar junto e conforma as formas das quais faz parte. Essa compreensão é externalizada através da interpretação da coisa estudada e, entre a compreensão e a interpretação nossa postura volta-se para a hermenêutica²²⁰, entendida aqui como uma estrutura circular de pensamento que vai e volta ao encontro da coisa a ser conhecida para que o conhecimento sobre a coisa possa vir à tona, ou mesmo vir à tona a própria coisa que, aos olhos do pesquisador, não está evidente!

Adentrando a essa questão entre compreensão e interpretação, podemos pautar a relação de alteridade entre o eu e o outro. Como compreender o outro sem a alteridade, sem a disposição da alteridade. Ainda que a consciência da alteridade provoque uma ruptura na relação *eu* e o *outro*. E essa disposição de alteridade só pode ser vivenciada se houver um engajamento recíproco, uma troca, e no processo de troca, a reciprocidade. É na relação de troca, ou na sociação de Simmel (2006), que o Eu passa a se enxergar, a se ver, a se conhecer através do enxergar, do ver e do conhecer o Outro, essa é a ruptura, a consciência de que o *eu* não é o *outro*.

²¹⁹ Como no original: “*le renouvellement incessant du projet qui entretient le mouvement de la compréhension et de l’interprétation*». (GADAMER, 1976 : 105). Tradução livre da pesquisadora.

²²⁰ Como no original : “... a hermenêutica é a arte de explicar e de mediar com base em um esforço interpretativo o que é dito pelos outros e o que vem ao nosso encontro no interior da tradição.” (GADAMER, 1976: 4-A) Trad. Livre da pesquisadora.

“A hermenêutica não designa tanto um procedimento, mas antes o comportamento do homem que quer compreender um outro ou que quer compreender como ouvinte ou leitor uma exteriorização linguística. Isto sempre significa então: compreender este homem em específico, esse texto em específico.” (GADAMER, livro, p. 484)

É no contato com o outro, na sociação – que seja na troca de um olhar – que é possível que a alteridade se opere. Essa disposição de ver o outro sabendo que o Eu é uma individualidade e o Outro, é outra, é o que torna a alteridade um dos elementos imprescindíveis do conhecimento do outro e de nós mesmos, pois ela é o reconhecimento do outro em sua diferença. Esse ir e vir, esse eu vivo o outro, e assim o posso compreender e, depois o interpretá-lo, faz parte do que compreendemos como esse círculo hermenêutico, esse círculo do conhecimento que não se termina, que é contínuo na construção do conhecimento, na relação do compreender e interpretar infinitamente.

Assim, observamos que compreendemos que a interpretação só pode vir depois da compreensão, depois da vivência e da experiência, da alteridade, enquanto esforço para a produção de uma compreensão que engendrará uma interpretação, que por sua vez engendrará compreensão, nesse círculo infinito.

6.3 De que gosto estamos falando?

Propus-me a refletir sobre o gosto na feira, como disse. Não exatamente sobre o gosto da feira – pois não saberia dizer, mesmo depois da etnografia realizada, se a feira possui um gosto, ou mesmo diferentes gostos – mas sobre as diversas experiências do gosto no espaço da feira e, talvez, sobre as práticas sociais do gosto, no espaço da feira do Guamá. Penso que as dinâmicas do gosto são tangentes ao espaço da feira, são necessárias nesse espaço e chegam mesmo a ser constitutivas dele, embora não sejam realmente claras, de tão naturalizadas que estão nesse espaço. Afinal, a ação social de comprar é necessariamente mediada por uma subjetividade do gosto.

É claro que há variadas formas sociais do gosto: o gosto como paladar, o gosto como odor, o gosto como tato e mesmo o gosto visual, perceptível em relação à maneira como os alimentos são dispostos para a venda ou mesmo em relação a seu estado e qualidade. Há, ainda, uma dinâmica mais subjetiva do gosto, presente em múltiplos elementos que conformam o espaço e o estar social naquele espaço, como por exemplo o gosto musical: o gosto das canções que são reproduzidas em múltiplos lugares da feira. E muitos outros, como ainda o gosto presente nas relações sociais em curso no lugar: o afeto, o apreço, a consideração; e o não-gosto, o anti-gosto, tangente em todas as demais formas do gosto, presente no alimento que não tem bom aspecto ou qualidade, no não-gostar de alguém, no gênero musical incomum, etc.

Embora seja difícil dizer o que é o gosto – e, conseqüentemente, encontrar um ponto de observação para se compreender o gosto como manifestação social – podemos dizer que se trata

de uma dinâmica de subjetivação que possui paralelos intersubjetivos e que, assim, constitui um fenômeno de partilha, de troca, de comutação de experiências sensíveis.

A feira compõe uma intersubjetividade e, assim, um tecido social (SCHUTZ, 2012) que tem no gosto, um de suas dinâmicas motrizes constituidoras. Certamente o gosto, que podemos compreender como um fato social total (MAUSS, 2003), está presente em todas as demais esferas intersubjetivas da vida social – podemos falar do gosto na experiência religiosa, na experiência política, na experiência econômica, etc. Porém na experiência social de ir à feira temos uma experiência social centrada no gosto, agenciada pelo gosto, tangente ao gosto enquanto fato social total, ou seja, um gosto que não pode ser reduzido a uma questão, simplesmente, de gostar e que, assim, portanto, envolve toda uma dinâmica intersubjetiva.

E isso permite perceber, inclusive, como se produz uma migração dos sentidos do gosto na medida em que ir à feira, fazer a feira, se torna mais que uma lida com o gosto dos alimentos para se tornar uma experiência múltipla de outros gostos, de outras formas de gosto. Assim, embora comprar alimentos seja a função fundamental e estruturadora do “lugar” feira, nela também está presente a possibilidade de adquirir inúmeros outros produtos e bens. Pensada dessa maneira, a feira pode ser compreendida como experiência sensorial, intersubjetiva, das formas sociais do gosto. Um lugar social no qual o gosto está presente de maneira aberta e peculiar, de maneira a permitir experimentações, interações, comutações e reelaborações.

Mas o que significa falar sobre a feira e sobre o gosto? Ou, ainda sobre o gosto que conseguimos perceber na feira? Preciso colocar a questão a partir do ponto de vista da pesquisadora, que explora etnograficamente a feira e procura construir uma compreensão que também possui uma forma: a forma acadêmica. Assim, procuro ocupar um espaço excepcional – por não ser um espaço banal, e sim crítico –, a Academia, para colocar em evidência a experiência sensível do gosto na feira e, talvez alhures, falas, discursos, sentidos, valores, intersubjetividade, que existem e persistem, que se dão a ver, que gritam e não precisam de porta-vozes para estarem no mundo e o experienciam plenamente. Digo-o porque é preciso construir respeitosamente esse lugar de fala, esse ponto de observação da Academia sobre o mundo da vida. Respeitosamente, cuidadosamente, porque, ainda que se diga que “gosto não se discute”; observamos que, a partir dos trabalhos de Bourdieu (2007) o gosto é uma das formas mais ferozes e agressivas de promover a diferenciação social. Somos nós, pesquisadores que, salientes, nos imiscuímos em suas vidas, em seus afazeres para, talvez, diante de uma necessidade ilusória de fazer conhecimento, mas na verdade de suprir uma curiosidade pelo mundo e de nos conhecermos melhor, nos alimentamos da vida do outro; talvez buscando um sentido para a nossa própria vida.

Portanto, observo que aquela forma social, aquela forma-feira, se coloca de maneira plena, ela coloca-se a si próprio, ela mostra-se, ela desnuda-se e constrói-se continuamente, sem

precisar conformar-se a uma identidade, ou a uma pseudo identidade. São múltiplas as identificações que ali se conformam. Ou ainda, posso colocar que a única identidade possível é a identidade feira, uma identidade refratária como de um caleidoscópio que, em uma imagem sintética, pode apenas ser intuída, para fins imagéticos, como a de um caleidoscópio.

Construir um lugar de observação da experiência social do gosto, numa feira, exige, evidentemente, que confrontemos nossa própria perspectiva a respeito do gosto, e, de outra forma, nossos gostos, em relação aos gostos presentes no lugar, aos gostos do lugar. Não que haja divórcios de experiência, não que os mundos sejam diferentes, afinal sempre fui à feira, sempre fiz a feira, e muitas vezes nesta mesma feira que agora observo. Mas, ver a feira a partir de minha própria experiência de gosto exige a construção de um outro lugar de fala, exige a construção de um lugar etnograficamente elaborado.

Além disso, é preciso observar que a tradição acadêmico-literária, ao tratar o gosto, se atém, com certa frequência, ao gosto enquanto paladar ou ligado a um código estético-artístico com referenciais pautados por distinções, em geral explicadas por grandes categorias, como classe ou estamento social, códigos simbólicos que corroboram para a construção social do bom ou mau gosto. Esses códigos são conformados, criados, gerados, a partir de valores estéticos produzidos ou por indivíduos dotados de mais poder de mobilidade ou experiência e/ou por classes dominantes que através destes mesmos sistemas de símbolos pautam, seja a doxa, seja o discurso acadêmico – que também faz parte dessa doxa, onde os valores que conformam o que aqui tratamos, o gosto, possa se conformar de maneira a definir grupos, classes, valores, etc...

Assim, construir um lugar etnograficamente elaborado para compreender o gosto da feira exige, também, a superação dos limites impostos por uma tradição *savante*, que compreende o gosto a partir dos limites de uma estética moderna que, evidentemente, oferece limitações a toda interpretação das dinâmicas exógenas do gosto, digamos, hegemônico presente no senso comum.

Essa estética, essa forma de pensar (RANNCIÈRE, 2009), que estaria, de certa maneira, presente no senso comum, estaria também presente no discurso acadêmico, este pode ser observada em Bourdieu (2007) quando fala sobre a elite parisiense; e de Pulici (2010; 2011), quando observa a elite paulista. Ambos, acredito, compreendem o gosto como um referencial correlativo a determinada estética, do “bom gosto”, vinculando-o frequentemente a uma classe, a um status, a símbolos de poder, de diferenciação e de distinção; assim, quando querem abordar o gosto, o abordam pela via da estética. Talvez até seja a mesma coisa; mas aqui, neste trabalho não é da estética que nos propomos a abordar, a compreender e a tentar interpretar, e sim do gosto, daquilo que está no sentimento, na vontade, no desejo, no prazer, e que também pode perfazer uma estética, mas uma estética no sentido de Miller (2009) e de Maffesoli (1990). Falamos do gosto de gostar, naquilo que evoca um prazer, um qualquer prazer que na feira recebe o nome de

gostar, “Sim, eu gosto”. Eu gosto de... eu não gosto..., eu gosto pouco. Então o que é esse gosto que procuramos satisfazer que pode ter um sem números de termos para o descrever, como Estética, por exemplo.

Procurei escapar de qualquer julgamento de valor que projete construir o que seria o *bom* ou *mau* gosto a partir de valorações estéticas pré-estabelecidas. E, ao contrário, procuraremos evidenciar que o gosto presente em determinada sociedade, gosto este reverberado por seus constituintes, se constrói a partir de uma perspectiva endógena, centrada na vida quotidiana e nas interações sociais que nela ocorrem. Ou seja, assim como não acreditamos em alta ou baixa cultura, em alta ou baixa arte (Castro, 2013), também não acreditamos em bom ou mau gosto, visto ser o gosto um constructo social. Desta maneira, o gosto é mais um dos elementos que contribuem para a conformação deste social. Sendo um constructo social, o gosto reverbera-se a partir de certa forma social de estar no mundo, portanto legítimo, já que advém deste constructo; deste modo não caberia uma classificação de qualidade a partir de paradigmas encontrados fora da forma social em questão.

Referenciais bibliográficos

- ABBAS, Bochra. 2008. *La Vision Esthétique du Monde Chez Frédéric Schiller*. These de doutorado da Universidade de Poitiers; Département de philosophie, Université de Poitiers Faculté de Sciences Humains et Arts. 2008.
- AMATO, J. 2001. *Dust: A history of the small and the Invisible*. Berkeley, California: University of California Press.
- APPADURAI, Arjun. 2008. Introdução: Mercadorias e a política de valor, in *A vida social das coisas – As mercadorias sob uma perspectiva cultural*; trad. Agatha Bacelar. Niterói, EdUFF.
- AMSELLE, Jean-Loup. 2015. *Branchements. Anthropologie de l'universalité des cultures*. Paris: Flammarion – Champs essais.
- BAITELLO Jr, Norval. 2007. Para que servem as imagens mediáticas? Os ambientes culturais da comunicação, as motivações da iconomania, a cultura da visualidade e suas funções, in *Anais do XVI Encontro da Compós*, na UTP, em Curitiba, PR, em junho.
- BALÉE, William. 2008. Sobre a indigeneidade das paisagens. *Revista de Arqueologia*, 21, n. 2, P. 09-23.
- BARROS, Carla; ROCHA, Everardo. 2007. Lógica de Consumo em um Grupo das Camadas Populares: Uma Visão Antropológica de Significados Culturais. *XXXI Encontro da ANPAD*. Rio de Janeiro – 22 a 26 setembro.
- BELLAVANCE, Guy ; VALES, Myrtille et RATTE, Michel. 2004. *Sociologie et Sociétés*, vol. 36, n° 1, pp. 27-57. [Http://id.erudit.org/iderudit/009581ar](http://id.erudit.org/iderudit/009581ar). DOI: 10.7202/009581ar; consultado em 19 maio 2015.
- BENJAMIN, Walter. 2007 [1935]. *Passagens*. Belo Horizonte/São Paulo: Editora UFMG/Imesp.
- BENSON, April Lane (ed.). *I shop therefore I am: Compulsive buying and search for self*. Northvale, New Jersey: Jason Arosen, 2000.
- BOWLBY, Rachel. *Just looking consumer cultures in Dreiser, Gissing and Zola*. Oxon: Routledge: 1985.
- BOURDIEU, Pierre. 2007. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk.
- BOURRIAUD, Nicolas. 2009. *Estética Relacional*. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2009.
- BRIDBURY, A.R. 1986. Markets and freedom in Middle Ages. In: ANDERSON, L.; LATHAN, A.J.H. *The market in history*. Oxon: Routledge.
- BRILLAT-SAVARIN, Jean Anthelme. 1839. *Physiologie du Gôut*. Paris: Charpentier Libraire-Editeur. Disponível em na internet no site governamental Gallica.fr.
- BUENO, Francisco da Silveira. 1983. *Dicionário Escolar da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro, FENAME. 1983.
- BULL, M., Gilroy, P., HOWES, David; KAHN, D. 2006. Introducing sensory studies, *The Senses and Society*, 1(1); 5-7.
- CAMPELO, Marilu. 2010. Conflitos e espacialidades de um mercado paraense, in *Ver-o-Peso, Estudos Antropológicos no mercado de Belém*, Org. W. Leitão, p. 41-68, Ed. NAEA-UFPA, Belém.
- CARDOSO DE OLIVEIRA. 2006. *O Trabalho do Antropólogo*. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora Unesp.
- _____. 2003. *Sobre o pensamento antropológico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 3ª ed.

- CARRÉ, Laurence et JEUDY, Henri. 2000. Esthétique au quotidien. *Socio-Anthropologie* [En ligne], 8/2000, mis en ligne le 15 janvier 2003, consulté le 20 janvier 2014. URL: <http://socio-anthropologie.revues.org/119>.
- CARVALHO, Flávia M. 2013. *O dicionário do folclore brasileiro: um estudo de caso da etnografia e tradução etnográfica*, Dissertação de Mestrado - Universidade de Brasília, Instituto de Letras, Departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução / POSTRAD.
- CASANOVA, Marco Antônio. 2010. Introdução. GADAMER, Hans-Georg *Hermenêutica da Obra de Arte*, São Paulo, Martins Fontes, p. XII.
- CARDOSO, Maria Ramos et al. (org.) 2001. *Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense*. Belém: Embrapa Amazônia Oriental.
- CARRIER, James G. 1995. *Gifts and Commodities: Exchange and Western capitalism since 1700*. London.
- CASTRO, F. F. 2011. *Entre o mito e a fronteira: Estudo sobre a figuração da Amazônia na produção artística contemporânea de Belém*. Belém, Labor Ed.
- _____. 2015. Intencionalidade, experiência banal e comunicação: esboço de prospecção fenomenológica do cotidiano. *LOGOS, Dossiê Cotidiano e Experiência*, 22 (2): pp. 58-70.
- _____. 2017. Temporalidade da comunicação na sua quotidianidade. In: Christina F. MUSSE; Herom VARGAS; Marcos NICOLAU (orgs.), *Comunicação, mídias e temporalidades*. Salvador: Edufba, pp. 97-116.
- CASTRO, M. e CASTRO, F. 2016. Mercado, forma, don: Asimetrías de la sociación en un mercado en Belém (Amazonia). *Cuadernos antropol. soc.* [online], n.44 [citado 2017-10-13], Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-275X2016000200007&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1850-275X.
- _____. 2017. No emaranhado do Guamá: trajetos etnográficos numa feira de Belém, *Ponto Urbe* [Online], 20 | 2017, posto online no dia 30 Junho 2017, consultado o 12 Outubro 2017. URL: <http://pontourbe.revues.org/3404>; DOI: 10.4000/pontourbe.3404
- CASTRO, Marina R.N. 2013. *A arte na sua cotidianidade: Uma percepção de arte na feira do Guamá*. Dissertação Mestrado, Instituto de Ciências da Arte, Universidade Federal do Pará.
- _____. 2016. *Narrativas imagéticas do gosto na feira do Guamá*, trabalho apresentado no II EAVAAM, Belém. ISSN 2447-9349.
- _____. 2017. Aportes teóricos para pensar a feira enquanto forma social. *Revista Sociais e Humanas*, [S.l.], v. 30, n. 2, out. 2017. ISSN 2317-1758. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/sociaisehumanas/article/view/20951>>. Acesso em: 08 fev. 2018. doi:<http://dx.doi.org/10.5902/2317175820951>
- CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. Entendendo o Folclore e a Cultura Popular in *Centro Nacional de Folclore e cultura popular* [online]. Rio de Janeiro, março de 2002. Acessado em 05 de junho 2015, http://www.cnfcp.gov.br/pdf/entendendo_o_folclore_e_a_cultura_popular.pdf
- _____. 2003. Conhecer desconhecendo: o etnografia do espiritismo e do carnaval carioca, in Velho, G. e Kuschnir, K. (org.) *Pesquisas Urbanas: desafios do trabalho antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed.
- CLASSEN, Constance. 2005. *The Book of Touch*. Oxford et New York, Berg.
- _____. 1990. Sweet colors, fragrant songs: sensory models of the Andes and the Amazon, *American Ethnologist*, 17 (4).
- _____. 1993. *Worlds of sense: Exploring the senses in history and across cultures*. London: Routledge.

- _____. 1997. Foundations for an anthropology of the senses, *International Social Science Journal*, 153: 401-12.
- _____. 1998. *The color of angels: Cosmology, gender and the aesthetic imagination*. London: Routledge.
- _____. 2001. The senses, in P. Stearns (ed.), *Encyclopedia of European social history*, vol. IV. Nova York: Charles Scribner's Sons.
- _____. 2012. *The deepest sense: A cultural history of touch*, Champaign: University of Illinois Press.
- CLASSEN, Constance; HOWES, David; SYNNOTT, Anthony. 1994. *Aroma: The cultural history of smell*. London: Routledge.
- CLIFFORD, J. 1991. Introducción: Verdades parciales in Retóricas de la Antropología, in Clifford, J. e Marcus, G., in *Retóricas de la Antropología*. Madri, Ediciones Júcar, p. 25-60.
- _____. 1991. Sobre la alegoría etnográfica, in Clifford, J. e Marcus, G., in *Retóricas de la Antropología*. Madri, Ediciones Júcar, p. 151-182.
- _____. 1983. On ethnographic authority, in *Representations*, 1983, (2): 118-146.
- _____. 2003. *On the Edges of Anthropology*. Chicago: Prickly Paradigm Press, 2003.
- CORBIN, Alain. 1991. Histoire et anthropologie sensorielle, in *Le Temps, le Désir et l'Horreur*, Paris, Aubier.
- _____. 1990. Histoire et anthropologie sensorielle. *Anthropologie et Sociétés*, 14(2), 13-24. doi:10.7202/015125ar
- _____. 2006. Histoire de sensibilités, in Sylvie Mesure et Patrick Savidan (dir.), *Le Dictionnaire des sciences humaines*, Paris, PUF.
- COSTA, Antônio Maurício Dias da. 2009. *Festa na Cidade: o circuito bregueiro de Belém do Pará*. 2. ed. Belém: EDUEPA.
- DE CERTEAU, Michel. 1994. *A invenção do cotidiano: I. Artes de fazer*. Petrópolis: Vozes.
- DE CERTEAU, Michel. Practices of space. In: Marshall Blonsky (ed.). *On signes*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1985, pp. 122-145.
- CRAPANZANO, Vincet, 2012. At the heart of the discipline: Critical reflections on fieldwork. In: Antonius C.G.M. ROBBEN; Jeffrey A. SLUKA (eds.). *Ethnographic fieldwork. An anthropological reader*. Malden (Massachusetts): Blackwell, pp. 547-562.
- CSORDAS, Thomas. J. 2012. Intuition, revelation. In: Antonius C.G.M. ROBBEN; Jeffrey A. SLUKA (eds.) *Ethnographic fieldwork. An anthropological reader*. Malden (Massachusetts): Blackwell, pp. 540-546.
- DEGEN, M. 2012. The everyday city of the sense. In: R. PADDISON; E. McCANN (eds.) *Cities and social change*, London: Sage.
- DERRIDA, J. 1994. *A voz e o fenômeno*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- DITTMAR, Helga. 1992. *The social psychology of material possessions: To have is to be*. Hemel Hempstead: University of Michigan Press.
- DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B. 2004 *O mundo dos bens: uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro, Ed.UFRJ.
- DUMONT, Louis. 1983. *Essais sur l'individualisme: une perspective anthropologique sur l'idéologie moderne*. Paris: Éditions du Seuil.

- EAGLETON, Terry. 1993. *A ideologia da Estética*. Trad. Mauro Sá Rego Costa. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar.
- FAROQI, Suraiya. 1984. *Towns and townsmen of Ottoman Anatolia: Trade, crafts and food production in an urban setting, 1520-1650*. Cambridge: University of Cambridge Press.
- FAVRET-SAADA, Jeanne. 2012. The way things are said. In: An anthropological reader. Antonius C.G.M. ROBBEN; Jeffrey A. SLUKA (eds.). *Ethnographic fieldwork. An anthropological reader*. Malden (Massachusetts): Blackwell, pp. 528-539.
- FIELD, Steven. 2012. Dialogic editing: Interpretating how Kalula reads sound in sentiment. In: Antonius C.G.M. ROBBEN; Jeffrey A. SLUKA (eds.). *Ethnographic fieldwork. An anthropological reader*, Malden (Massachusetts): Blackwell, pp. 480-495.
- FONSECA, Maria Cecília Londres. 2001. Cultura e saber do povo: uma perspectiva antropológica. *Revista Tempo Brasileiro*, n. 147. Patrimônio Imaterial. Rio de Janeiro, p. 69-78.
- FRASER, W. Hamish. *The coming of the mass market, 1850-1914*. London, 1981.
- GADAMER, H-G. [1986] 2006. *Vérité et méthode*, 4^a ed. trad. por Pierre Fruchon, Jean Grondin e Gilbert Merlio, Paris, Le Seuil.
- GADAMER, Hans-Georg. 2010. *Hermenêutica da Obra de Arte*, São Paulo, Martins Fontes.
- GEERTZ, Clifford. 2003. *Le souk de Sefrou. Sur l'économie du bazar*. Saint-Denis: Ed. Bouchene.
- _____. 1989. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, Ed. LTC.
- GELARD Marie-Luce, SIROST Olivier. 2010. Corps et langages des sens. *Communications*, 86, [Numéro dirigé par Marie-Luce Gélard et Olivier Sirost] pp. 7-14; http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_2010_num_86_1_2531
- GEURTS, K.L. 2002. *Culture and the senses: Bodily ways of knowing in an African community*. Berkeley, California: University of California Press.
- _____. 2012. On rocks, walks and talks in west Africa. Cultural categories and an anthropology of the senses. In: Antonius C.G.M. ROBBEN; Jeffrey A. SLUKA (eds.). *Ethnographic fieldwork. An anthropological reader*. Malden (Massachusetts): Blackwell, pp. 496-510.
- GIBSON, James J. 1966. *The senses considered as perceptual systems*. Boston: Houghton Mifflin.
- _____. 1979. *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin.
- GODELIER, Maurice. 2010. *Au fondement des sociétés humaines. Ce que nous apprend l'anthropologie*. Paris: Flammarion.
- GODELIER, Maurice. 2010b. *L'idéal et le matériel. Pensée, économies, sociétés*. Paris, Flammarion – Champs essais, [1^a ed. 1984].
- GOMBRICH, E.H. 1999. *A História da Arte*. Rio de Janeiro: Ed. LTC.
- GONÇALVES, José R. S. 2007. Teorias antropológicas e objetos materiais, in *Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônio*. Rio de Janeiro, MinC-IPHAN.
- GONÇALVES, Alexandre Ouviedo e ABDALA, Mônica Chaves. 2013. Na banca do 'Seu' Pedro é tudo mais gostoso. Pessoaalidade e Sociabilidade na Feira-Livre. *Ponto Urbe*. <http://pontourbe.revues.org/528> (24 de junho de 2015).
- JULIEN, Marie-Pierre e ROSSELIN, Céline. 2005. *La culture matérielle*. Paris, La Découverte.
- HAHN, T. 2007. *Sensational knowledge: Embodying culture through Japanese dance*. Wesleyan University Press.

- HAU'OFA, Epeli. 2013. *Notre mer d'île*, Tahiti : Pacific Islanders éditions, 2013.
- HEIDEGGER, Martin. 2006. *Os conceitos fundamentais da metafísica: mundo, finitude, solidão*. Rio de Janeiro: Forence Universitária.
- HÉNAFF, Marcel. 2008. Lévi-Strauss et le principe de réciprocité. *European Journal of Sociology* / Volume 49 / Issue 02 / August 2008, pp 315 – 321 DOI: 10.1017/S000397560800012X, Published online: 19 January 2009).
- HENSHAW, V. 2013. *Urban Smellscapes: Understanding and designing urban smell environments*. Nova York: Routledge.
- HINTON, D; HOWES, David; KIRMAYER, L. 2008. Medical anthropology of sensations, in *Transcultural Psychiatry*, 45 (2) special issue.
- HONIG, Elizabeth. 1999. *Painting and the Market in Early Modern Antwerp*. New Haven.
- HOWES, David. 2003. *Sensual relations: engaging the senses in culture and social theory*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- _____. 1991. *The varieties of sensory experience: A Sourcebook in the Anthropology of the Senses*, Toronto: University of Toronto Press.
- _____. (ed.) 2005. *Empire of the senses: The sensual culture reader*. Oxford: Berg.
- _____. (ed.) 2009. *The sixth sense reader*. Oxford: Berg.
- _____. 2006. Charting the sensorial revolution, in *The senses and society*, 1(1): 113-28.
- _____. 2008. Can these dry bones live? An anthropological approach to the history of the senses. *Journal of American History*, 95(2): 442-51.
- _____. 2012. Re-visualizing anthropology through the lens of the Ethnographer's Eye, in I. HEYWOOD; B. SANDYWELL (eds.) *The handbook of visual culture*. Oxford: Berg.
- _____. 1990. Les cinq sens. *Anthropologie et Sociétés*. 14(2).
- HOWES, David; CLASSEN, Constance. 1991. Sounding sensory profiles, in: D. HOWES (ed.) *The varieties of sensory experience*. Toronto: University of Toronto Press, 1991.
- _____. 2013. *Ways of sensing: Understanding the senses in society*. London: Routledge.
- _____. 2013. The social life of the senses. *Ars Vivendi Journal* 1(3): 4-23.
- HOWES, David; PINK, Sara. 2010. The future of sensory anthropology/the anthropology of the senses. *Social Anthropology*, 18 (3): 331-40.
- HOWES, D. & MARCOUX, J. 2006. Introduction à la culture sensible¹. *Anthropologie et Sociétés*, 30(3), 7-17. doi:10.7202/014922ar
- HSU, E. 2008. The senses and the social. *Ethnos*, 73 (4) special issue.
- HUYGUES, René. 2009. *O Poder da Imagem*. Edições 70.
- INGOLD, Tim. 2012. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 18, n. 37, p. 25-44, jan./jun.
- _____. 2008. Pare, Olhe, Escute! Visão, Audição e Movimento Humano. *Ponto Urbe* [Online], 3 | 2008, posto online no dia 31 Julho 2008, consultado o 30 Setembro 2016.
- _____. 2008. Bindings against Boundaries: Entanglements of life in na open World In *Environment and Planning A: Economy and Space*. Vol 40, Issue 8, pp. 1796 – 1810.
- _____. O dédalo e o labirinto. Caminhar, imaginar e educar a atenção. *Horizontes Antropológicos*, 2015, 21 (44): 21-36.
- _____. 2000. *The perception of the environment: essays on livelihood, dwelling and skill*. London: Routledge.

- _____. 2011. Worlds of sense and sensing the world: a response to Sarah Pink and David Howes. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, 19, 3 313–317.
- JACKSON, P. 2004. *Inside clubbing: Sensual experiments in the art of being human*. Oxford: Berg.
- JAY, M. 2012. In the realm of the senses: an introduction. *The American Historical Review*, 116 (2).
- JONAS, Hans. 1966. *The phenomenon of life*. Chicago: University of Chicago Press.
- KAMPEN, Natalie Boymel. Image and status: Roman working women in Ostia. Berlin: Mann, 1981.
- KAREL, Ernst. Ernst Karel (entrevista). 2013. *Earrom* (website). Disponível em: <https://earroom.wordpress.com/2013/02/14/ernst-karel/>. Consultado em 12/01/2018.
- KOWINSKI, William Severini. 1985. *The Mallng of America: An inside look at the Great Consumer Paradise*. New York, 1985.
- La culture matérielle: un objet en question, Colloque, *Calenda*, Publié le mercredi 01 juillet 2015, <http://calenda.org/334214>
- LE ROY LADURIE, Emmanuel. Montailou, village occitan de 1294 à 1324. Paris : Gallimard, 1975.
- LANDOWSKI, Eric. 2013. *Pour une sémiotique du goût*. São Paulo: Centro de Pesquisas Sociosemióticas.
- LAPLANTINE, François. 2017. *Le social et le sensible. Introduction à une anthropologie modale*. Paris : Téraèdre.
- LEE, Jo; INGOLD, TIM. 2006. Fieldwork on foot. Perceiving, routing, socializing. In: COLEMAN, Simon; COLLINS, Peter (orgs.) *Locating the Field. Space, place, and context in anthropology*. Oxford / Nova York: Berg, pp. 67-86.
- LEAL, Eleonora Ferreira. 2011. Contando o tempo: A quadrilha moderna dos anos 80. *Ensaio Geral*, Belém, v3, n.5, 2011, jan-jul.
- LE BRETON, D. 2007. Pour une anthropologie des sens, *VST - Vie sociale et traitements*, 2007/4 (n° 96), p. 45-53.
- _____. 2016a. *Antropologia dos sentidos*. Petrópolis, Vozes.
- _____. 2016b. *Antropologia do corpo*. Petrópolis, Vozes, 4ª ed.
- _____. 1990/1. Anthropologie et sociétés, vol. 14, n° 2 : Les 'cinq' sens. *L'Homme et la société*, N. 102. État et société civile. pp. 149-150
- LEITÃO, Wilma. 2010. Mercado do Ver-o-Peso: práticas sociais no mundo do trabalho. In *Ver-o-Peso, Estudos Antropológicos no mercado de Belém*, Org. W. Leitão, p. 21-40, Ed. NAEA-UFPA, Belém.
- LEMASSON, Jean-Pierre. 2006. Le goût et la ville: une difficile reencontre (note de recherche). *Anthropologie et Sociétés*, vol. 30, n° 3, pp. 153-166. <http://id.erudit.org/iderudit/014931ar>; DOI : 10.7202/014931ar.
- LIMA, Maria Dorotéia. 2010. Patrimônio Cultural: os discursos oficiais e o que se diz no Ver-o-Peso. In *Ver-o-Peso, Estudos Antropológicos no mercado de Belém*, Org. W. Leitão, p. 41-68, Ed. NAEA-UFPA, Belém.
- LIMA, Tânia. Cultura material: a dimensão concreta das relações sociais. *Boletim Museu Para. Emílio Goeldi. Cienc. Hum.*, Belém, v. 6, n. 1, 2011, p. 11-23, jan.- abr.

- LOBATO, Flávio H.S., RAVENA-CAÑETE, Voyner. 2015. Farinha de Feira: Memórias e Identidades de vendedores de feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Illuminuras*, Porto Alegre, v. 16, n. 37, p.242-271, jan/jun..
- _____. A viagem da farinha; da produção ao consumo papa-chibé. 2017. *Mercados populares em Belém*. Belém: NAEA.
- MAFFESOLI, Michel. 1990. *Au creaux des apparences*. Paris : PLON.
- _____. 2000. *Le temps de tribus*. Paris : Ed. La table ronde.
- _____. 2005. O Paradigma Estético, in SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold, *Simmel e a Modernidade*. Brasília: Editora da UnB.
- _____. 1995. *La Transfiguration du politique*. Paris, La Table Ronde: 1992; Le Livre de Poche.
- _____. 1996. *La Contemplation du monde*. Paris, Le Livre de Poche.
- _____. 1996b. *Éloge de la raison sensible*. Paris, Grasset.
- _____. 2000. Le vitalisme sauvage, *Le Portique* [En ligne], 5 | 2000, mis en ligne le 24 mars 2005.
- MAGNANI, José Guilherme. 2009. “Etnografia como prática e experiência”. *Horizontes Antropológicos*, 15(32):129-156. http://www.producao.usp.br/bitstream/handle/BDPI/6806/art_MAGNANI_Etnografia_como_pratica_e_experiencia_2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y (24 de junho de 2015).
- MALINOWSKI, Bronislaw. The subject. Methods and scope of this Inquiry [Argonauts of the Western Pacific]. In Paul A. ERICKSON and Liam D. MURPHY (eds), **Readings for A History of Anthropological Theory**. Toronto: University of Toronto Press, 2013, pp. 183-196.
- MAUSS, Marcel. 2003. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify.
- MAUSS, Marcel. 1991. Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques. *Sociologie et Anthropologie*. Paris, Quadrige/Presses universitaires de France (PUF), pp. 143-279.
- MCCRACKEN, Grant. 1986. *Culture and consumption. New approaches to the symbolic character consumer goods and activities*. Indianápolis: Indiana University Press.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. 1945. *Phénoménologie de La perception*. Paris: Gallimard.
- _____. 1964. *Le visible et l'invisible*. Paris: Gallimard.
- _____. 1985. *L'œil et l'esprit*. Paris: Gallimard.
- MILLER, Daniel. 2013. *Trecos, troços e coisas. Estudos antropológicos sobre a cultura material*. Rio de Janeiro: Zahar Ed.
- _____. 2009a. Individuals and the Aesthetic of Order In *Anthropology and the Individual. A Material Culture Perspective*. Oxford-New York: Berg.
- _____. 2009b. The Christian and the Taxi Driver: Poverty and Aspiration in Rural Jamaica In *Anthropology and the Individual. A Material Culture Perspective*. Oxford-New York: Berg.
- _____. 2008. *The comfort of things*. Cambridge: Polity.
- _____. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. London, Basil Blackwell.
- _____. 1998. *Material Cultures*. London: UCL Press.
- _____. 1998b. *A Theory of Shopping*. Cambridge.

- _____. 2007. Consumo como cultura material. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez.
- MILLER, Michael B. 1981. *The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920*. Princeton.
- NAZAREA, Virginia D. 2006. Local Knowledge and Memory in Biodiversity conservation. *Anual Review of Anthropology*, online at Anthro.annualreview.org; p. 317-35.
- NEAD, Lynda. 2000. *Victorian Babylon; peoples, Streets and Images in Nineteenth-Century London*. New Haven.
- OGBORN, Miles. 1998. *Spaces of Modernity: London's Geographies, 1680-1780*. New York.
- OLIVEIRA, Ana Cláudia. 2010. Estesia e experiência do sentido, *CASA*, Vol.8 n.2, dezembro.
- OSTROWER, Fayga. 1983. *Universos da Arte*. Rio de Janeiro: Ed. Campus, (13ª ed.) 24ª Ed.
- PAIS, José Machado de. 2003. *Vida Cotidiana. Enigmas e revelações*. São Paulo, Cortez.
- PALLASMAA, Juhani. 2010. *Le regard des sens*. Paris: Éditions du Linteau.
- PEIRANO, Marisa. 2006. *A teoria vivida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- _____. *A favor da etnografia*. Rio de Janeiro, Relume-Dumará, 1995.
- PINK, Sarah. 2009 [2017]. *Doing Sensory Ethnography*. London: SAGE Publications Ltd.
- _____. 2010. What is Sensory Ethnography In *National Center for Research Methods* https://www.ncrm.ac.uk/resources/video/RMF2010/pages/18_Sensory.php. Acessado em 2 dezembro 2017.
- _____. 2006. *The future of visual anthropology: Engaging the senses*. Londres: Routledge
- _____. 2014. Mobilising Visual Ethnography: Making Routes, Making Place and Making. *SQS – Forum Qualitative Social Research / Sozialforschung*, 9 (3), Art. 36. Disponível em: https://monoskop.org/images/f/ff/Pink_Sarah_2008_Mobilising_Visual_Ethnography.pdf. Consultado em: 04/12/2017.
- _____. What is sensory ethnography? [Streaming video] 2011. *SAGE Research Methods*: 2011. Disponível em: <http://methods.sagepub.com/video/what-is-sensory-ethnography>. Consultado em: 10/01/2018.
- PINTAUDI, Silvana. Os Mercados Públicos: Metamorfoses De Um Espaço Na História Urbana. *GEU, Revista Cidade*, vol. 03, nº 05, p. 81-100, Jan-Jun 2006, São Paulo.
- PRATT, Mary Louise. Trabajo de campo en lugares comunes. Clifford, J. e Marcus, G. in *Retóricas de la Antropología*. Madri, Ediciones Júcar, 1991, p. 61 - 90.
- Pulici, Carolina Martins. 2010. *O charme (in)discreto do gosto burguês paulista: estudo sociológico da distinção social em São Paulo*. São Paulo: tese de doutorado em Sociologia, USP.
- _____. 2011. O gosto dominante como gosto tradicional: preferências e aversões estéticas das classes altas de São Paulo. *Novos estud. - CEBRAP* [online]. n.91.
- QUÉRÉ, Louis. 1988. Sociabilité et interactions sociales. *Réseaux*, volume 6 n°29. pp. 75-91.
- RABINOW, Paul. 1991. Las representaciones son hechos sociales: Modernidad y postmodernidad en la antropología In Clifford, J. e Marcus, G. in *Retóricas de la Antropología*. Madri, Ediciones Júcar, p. 321 – 356.
- _____. Fieldwork and friendship in Morocco. In: Antonius C.G.M. ROBBEN; Jeffrey A.
- _____. *Marking Time: On the Anthropology of the Contemporary*, Princeton: Princeton University Press, 2007.

- RABINOW, Paul; SULLIVAN, W. **Interpretive Social Science: A Second Look**. University of California Press, 1987.
- RADCLIFFE-BROWN, Alfred. 1952. *Structure and function in primitive society*. London: Cohen and West.
- RAPPAPORT, Erika D. 1996. The Halls of Temptation: Gender, Politics and the construction of the Department Store in Late Victorian London. *Journal of British Studies*, 35, 58-83.
- REDFIELD, James M. The development of the market in the archaic greece. In: Anderson, ; Lathan, (eds). *The market in history*. Oxon: Routledge, 1986, pp. 9-28.
- RHYS-TAYLOR, A. 2017. *Coming to our Senses: A Multi-sensory Ethnography of Class and Multiculture in East London*. Tese de doutorado. Departamento de Antropologia do Goldsmiths College, Univeridade de Londres. Disponível em: http://eprints.gold.ac.uk/3226/1/SOC_thesis_Rhys-Taylor_2011.pdf. Consultada em 20/11/2017.
- RIQUEOEUR, Paul. 2011. *Tempo e Narrativa*. São Paulo, Martins Fontes.
- RIVIERE, Claude. LAPLANTINE François. 2017. *Le social et le sensible, introduction à une anthropologie modale. Recherches sociologiques et anthropologiques*. Disponível em: <http://journals.openedition.org/rso/597>. Consultado a 24/11/2017.
- RIVLIN, R; GRAVELLE, K. 1985. *Deciphering the Senses: The Expanding World of Human Perception*. New York: Simon and Schuster.
- ROEDER, G.H. 1994. Coming to Our Senses. *Journal of American History*, 81: 1112-1122.
- ROCHA, Gilmar. 2006. A etnografia como categoria de pensamento na Antropologia Moderna. *Cadernos de Campo*, São Paulo, n. 14-15, p. 99-114.
- ROCHE, Daniel. 1997. *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation, XVIIe -XIXe siècle*. Paris: Fayard.
- ROSALDO, Renato. 1991. Desde la puerta de la tienda de campaña: El investigador de campo y el inquisidor. In Clifford, J. e Marcus, G. In *Retóricas de la Antropología*. Madri, Ediciones Júcar, p. 123 – 150.
- SABOURIN, Eric. 2008. Marcel Mauss: Da Dádiva À Questão Da Reciprocidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais* - vol. 23 nº. 66.
- SAHLINS, M. 1997. O Pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: porque a cultura não é um “objeto” em via de extinção (Parte I). *Revista Mana* 3(1), p. 41 – 73.
- _____. 1997. O Pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: porque a cultura não é um “objeto” em via de extinção (Parte II). *Revista Mana* 3(1), p. 103 – 150.
- _____. 1990. *Ilhas de História*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- SANTOS, Suellen Nascimento e LEITÃO, Wilma Marques. 2014. Transmissão de Patrimônio: barracas e saberes na feira do Ver-o-Peso In C.I. Rodrigues, L.J.D. Silva e R. F. Martins (Orgs.). In *Mercados Populares em Belém – Produção de sociabilidades e identidades em espaços urbanos*. Belém: NAEA, pp. 105-122.
- SARGENTSON, Carolyn. 1996. *Merchants and Luxury Markets: The Marchands Merciers of Eighteenth-Century Paris*. Los Angeles.
- SCHAMA, Simon. 1987. *The Embarrassment of Riches: An Interpretation of Dutch Culture in the Golden Age*. New York.
- SCHIERMER, Bjorn. 2012/4 La raison sensible et ses limites: le bon goût, le mauvais goût et le sans goût. *Sociétés*, nº 118, pp. 117-127. DOI: 10.3917/soc. 118.0117.

- SCHUTZ, Alfred. 2012. *Sobre fenomenologia e relações sociais*. Edição e organização de Helmut T.R. Wagner; trad. De Raquel Weiss. Petrópolis: Ed. Vozes, 2012.
- _____. 1967. *Phenomenology of the social world*. Evanston, Northwestern.
- SEURAT, Georges. 1859. *Le Cirque*, peinture, tableau, huile sur toile, H. 1.86 ; L. 1.52 m. - Dim. avec cadre : H. 2,320 ; L. 1,985 m. (2010 Paris (France) 1859 - Paris (France) 1891. Dentre outras realizadas pelo pintor. (Cf. Musée d'Orsay) http://www.musee-orsay.fr/fr/collections/oeuvres-commentees/recherche/commentaire_id/cirque-7090.html consultado em 09 junho 2016.
- SILVA, Benedito W.S. 2017. Dia do feirante: construção de sociabilidades em mercados populares em Belém-PA. In *Mercados Populares em Belém*. Belém: NAEA.
- SILVA, Claudinei Aparecido de Freitas da. 2012. O retorno ao mundo da vida: Merleau-Ponty, leitor de Husserl. *Revista Filosófica de Coimbra*. 41(1): 11-32.
- SILVA, Luiza Helena de Oliveira. 2014. Identité du sujet, interaction et mutabilité des goûts. *Actes Sémiotiques* [En ligne] n° 117. Disponível <<http://epublications.unilim.fr/revues/as/5222>> . Consultado em 19/05/2015.
- SILVA, Luiz e RODRIGUES, Carmem. 2014. Feira de artesanato domingo na praça: comércio, circulação e lazer no centro da cidade de Belém-PA In C.I. Rodrigues, L.J.D. Silva e R. F. Martins (Orgs.). *Mercados Populares em Belém – Produção de sociabilidades e identidades em espaços urbanos*. Belém: NAEA, pp. 11-32.
- SIMMEL, Georg. 2013. Excurso sobre o problema: Como é possível a sociedade? *Sociologia & Antropologia*. Rio de Janeiro, V.03.06:653-672. Tradução de Lenin Bicudo Bárbara.
- _____. 2006. *Questões fundamentais da sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar Ed.
- _____. 1983. Sociabilidade: um exemplo de sociologia pura ou formal. In *Georg Simmel: sociologia*. Org. [da coletânea] Evaristo de Moraes Filho. São Paulo, Ática.
- _____. 1999. *Sociologie. Études sur les formes de la socialisation*. Paris, PUF.
- _____. 1981. *Sociologie et Epistemologie*. Paris: PUF.
- SLUKA (eds.). **Ethnographic fieldwork. An anthropological reader**. Malden (Massachusetts): Blackwell, 2012, pp. 520-527.
- SOESMAN, Albert. 1998. *Our twelve senses: Wellsprings of the soul*. Stroud (Gloucester): Hawthorn Press.
- SOLOMON, Michael; BAMOSSY, Gary; ASKEGAARD, Søren; HOOG, Margaret. Consumer behavior: An European perspective. Harlow: Prentice Hall, 2002.
- SPENCER, D. 2012. *Ultimate Fighting and Embodiment*. London: Routledge.
- SOUZA, Rogério da Costa e RODRIGUES, Carmem. 2014. Sociabilidades, práticas e identidades na Feira da 25 de Setembro In C.I. Rodrigues, L.J.D. Silva e R. F. Martins (Orgs.). In *Mercados Populares em Belém – Produção de sociabilidades e identidades em espaços urbanos*. Belém: NAEA, pp. 123-144.
- SPRENGER, Scott. 2009. Le Cousin Pons, ou l'anthropologie balzacienne du goût. In *L'Année balzacienne* (n° 10). p. 157-179, URL: www.cairn.info/revue-l-annee-balzacienne-2009-1-page-157.htm. DOI : 10.3917/balz.010.0157.
- STEINER, Philippe. 1985. En avant vers de nouvelles topiques: Maurice Godelier, L'idéal et le Matériel. *Espaces Temps*, Volume 29, Numéro 1, pp. 77-78 ; In http://www.persee.fr/doc/espat_0339-3267_1985_num_29_1_3254_t1_0077_0000_2
- SYNNOTT, Anthony. 1993. *The Body Social*. London: Routledge.

- TOMASSON, Amie L. 2008. Ontologia da Arte. In *Estética – Fundamentos e questões da filosofia*. Org. KIVY, Peter. São Paulo: Ed. Paulus.
- TILLEY, Christopher; KEANE, Webb; KÜCHLER, SUSANNE; ROWLANDS, Mike; SPYER, Patricia. 2013. *Handbook of material culture*. London: SAGE.
- TILLEY, Christopher; BUCHLI, Victor. 2002. *The Material Culture Reader*. Oxford: Berg.
- TYLER, Stephen. 1991. Etnografia postmoderna: desde el documento de lo oculto al oculto documento. In Clifford, J. e Marcus, G. In *Retóricas de la Antropología*. Madri, Ediciones Júcar, p. 183-204.
- VANDENBERGHE, Frédéric. 2005. *As Sociologias de Simmel*. Bauru: EDUSC; Belém: Ed. Universitária UFPA.
- VERNIK, Esteban. 2008. Idéaux Simmeliens. *Sociétés*. nº 101, p. 65-75.
- VELTHEM, Lucia Hussak van. 2010b. Os "originais" e os "importados": referências sobre a apreensão wayana dos bens materiais. *Indiana*, n. 27, p. 141-163.
- VEDANA, Viviane. 2004. *Fazer a Feira: estudo etnográfico das “artes de fazer” de feirantes e fregueses da Feira Livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre.
- _____. *No mercado tem tudo que a boca come. Estudo antropológico da duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo*. Teses de Doutorado, Universidade Federal do Rio grande do Sul, 2008.
- VELHO, Gilberto. Observando o familiar In Nunes, Edson de O. (org.). 1978. *Aventura Sociológica. Objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social*. Rio de Janeiro, Zahar, p. 36-46.
- WAGNER, Roy. 2011. A pessoa fractal. *Ponto Urbe* [Online], 8 | 2011, posto online no dia 15 Maio 2013, consultado o 23, Agosto 2015. URL: <http://pontourbe.revues.org/173>; DOI: 10.4000/pontourbe.173
- WAIZBORT, Leopoldo. 2000. *As aventuras de Georg Simmel*. São Paulo: Edições 34.
- WEBER, Max. 2009. *Economia e sociedade*. Brasília: Editora da UNB.
- WESTPHALEN, Cecília Maria. Feiras. 1994. *Dicionário da História da Colonização Portuguesa no Brasil*, São Paulo, Ed. Verbo.
- WILLIAMS, Rosalind. 1982. *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*. Berkeley: University of California Press.

Sites consultados

www.materialworld-blog.com

Colloque, *Calenda*, Publié le mercredi 01 juillet 2015, <http://calenda.org/334214>

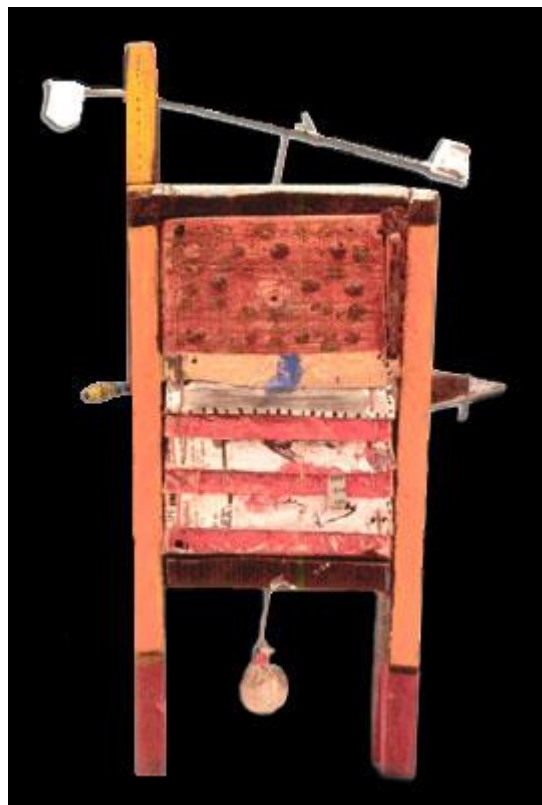
<http://g1.globo.com/pa/para/jornal-liberal-1-edicao/videos/v/falta-de-estrutura-no-mercado-de-farinha-do-guama-traz-transtornos-a-feirantes-em-belem/5827642/>

Anexos

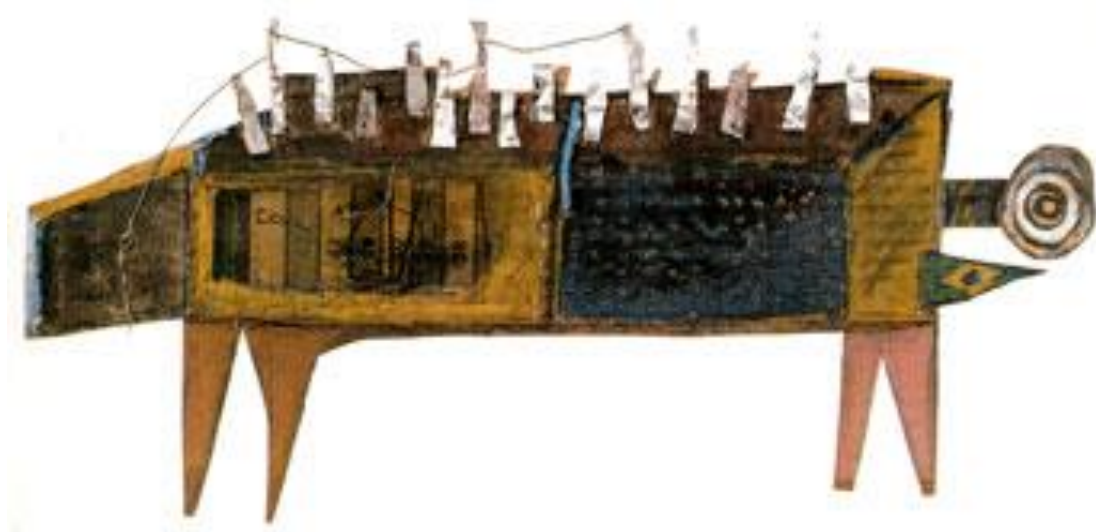
Marinaldo Santos – Obras



O Bangalô do Agiota
(39x35 cm - mista sobre papel) - ano: 1999



Casa do Trouxudu
(25x10x8 cm - objeto) - ano: 2004



Aparelho de fazer gato medidor de luz
(30x50 cm - mista) - ano: 1999

**Varas**

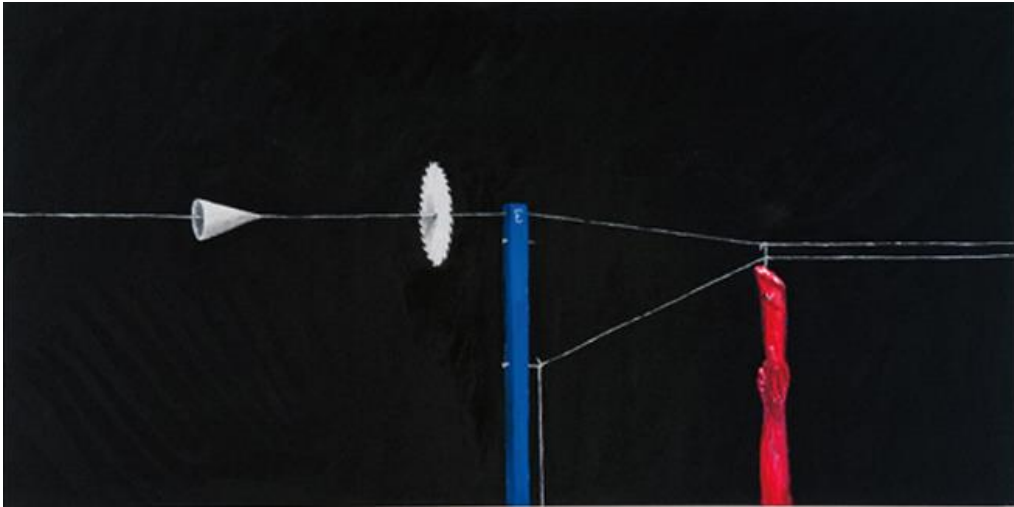
(longas: 220cm - médias: 170cm - curtas:
110cm) ano:a2003

**Armário do Bicho**

(121x136x20 cm - madeira, metal e papel) -
ano: 1997

Fonte: <http://www.culturapara.art.br/artesplasticas/marinaldosantos/obras2.htm>
Acessado em 07 março 2018.

Emanuel Nassar: Obras escolhidas pela pesquisadora



“Este Norte”, exposição individual de Emmanuel Nassar, sob curadoria de Felipe Scovino, com abertura, sábado, 1 de dezembro, às 16h, no Centro Municipal de Arte Hélio Oiticica, Rio de Janeiro, apresenta cerca de 55 trabalhos – pintura sobre tela, papel e chapas metálicas, e fotografias – datados entre 1988 e 2012, exemplificando a multiplicidade de leituras da obra deste artista paraense, radicado em São Paulo. [...]Nele estão, ainda segundo o curador, de pensamentos estéticos originários de várias representações da cidade – a gambiarra, a rua e seus acidentes – a um repertório que inclui Mondrian e outros artistas.”

Fonte: <http://arteref.com/pintura/emmanuel-nassar-este-norte/>
Acessado em 07 março 2018.

Boca de ferro



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=JF_-Vhw0Vfw consultada em 10 março 2018.



Fonte: http://cidadequefala.blogspot.com.br/2014/08/radio-poste-comunitaria-e-o-meio-de_20.html em 10 março 2018.